

Treball de fi de grau

Títol

VIDES DE CALIDOSCOPI BCN
Elaboració d'un programa de televisió: de la idea a l'emissió

Autor/a

Tanit de Pouplana Xarrié

Tutor/a

Jaume Puig García

Departament	Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual
Grau	Periodisme
Tipus de TFG	Projecte
Data	Juny 2015

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

VIDES DE CALIDOSCOPI BCN
Elaboració d'un programa de televisió: de la idea a l'emissió

Castellà:

VIDES DE CALIDOSCOPI BCN
Elaboración de una programa de televisión: de la idea a la emisión

Anglès:

VIDES DE CALIDOSCOPI BCN
Preproduction, production and postproduction of a television documentary

Autor/a:

Tanit de Pouplana Xarrié

Tutor/a:

Jaume Puig García

Curs:

2014-2015

Grau:

Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català:

documental, televisió, preproducció, producció, postproducció, projecte, Barcelona

Castellà:

documental, televisión, preproducción, producción, postproducción, proyecto, Barcelona

Anglès:

documentary, television, preproduction, production, postproduction, project, Barcelona

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Vides de Calidoscopi BCN és l'elaboració de la preproducció, producció i postproducció d'un programa de televisió de gènere documental. A partir dels criteris metodològics de varis experts i l'anàlisi dels elements tècnics de realització televisiva, es prepara una peça audiovisual que mostra dues històries entrelaçades de gent anònima de Barcelona

Castellà:

Vides de Calidoscopi BCN es la preproducción, producción y postproducción de un documental televisivo. A partir de los criterios metodológicos de varios expertos y el análisis de los elementos técnicos de realización televisiva, se prepara una pieza audiovisual que muestra dos historias entrelazadas de gente anónima de Barcelona

Anglès:

Vides de Calidoscopi BCN is the preproduction, production and postproduction of a television program. This audiovisual product is based on the methodology of some experts and the analysis of the documentary production tecnic elements. The result is a teaser that sump up Barcelona's lifes. Vides de Calidoscopi BCN talks about people who live in Barcelona.

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i el signa:

Tanit de Pouplana Xarrié

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar en mà al tutor abans la presentació oral**

Resum

El present treball de fi de grau consisteix en l'elaboració d'una sèrie documental per a televisió; des de la concepció de la idea fins a la realització.

A partir d'una intensa recerca, que comprèn des dels orígens del documental fins els elements tècnics de creació audiovisual, en resulta una preproducció, producció i postproducció de la sèrie en qüestió. Aquest treball doncs, ofereix una visió global de tots els passos que s'haurien de seguir per poder produir un programa de televisió.

El nom del programa és ***Vides de calidoscopi BCN***, una metàfora per explicar que les històries que amaga Barcelona són realitats socials i formes de vida molt diferents, com les formes acolorides i geomètriques del calidoscopi. Per descobrir-les només cal aturar-se i observar tal com es fa quan es mira pel visor d'un calidoscopi. El sufix BCN delimita les històries a la ciutat de Barcelona. Es pretén però, crear un format de programa extrapolable a altres ciutats del món.

Aquest treball presenta les tres fases de producció de la primera temporada de dotze episodis de *Vides de calidoscopi BCN*. També s'ha analitzat la viabilitat del projecte dins l'oferta actual de programes documentals. Finalment, s'ha estudiat el potencial de les xarxes socials i internet per facilitar la comunicació entre els espectadors i el programa i, sobretot, entre els protagonistes de les històries i la resta de ciutadans. Precisament és aquesta empatia el punt fort del programa.

*Agraïments a
Jaume Puig i Núria Pulido
per la paciència i el temps dedicat*

Sumari

1. Presentació	5
2. Estructura de la televisió i producció a Catalunya	8
2.1. Cadenes de televisió	8
2.2 Productores	10
3. Gèneres televisius	12
4. El documental	13
4.1 Una definició acadèmica	13
4.2 Modalitats del documental	14
4.2.1 Documental expositiu	14
4.2.2 Documental observacional	15
4.2.3 Documental participatiu	16
4.2.4 Documental reflexiu	16
4.2.4 Documental poètic	17
4.2.5 Documental performatiu	18
5. Televisió social	20
6. Producció en televisió	23
6.1. Sistemes de producció	23
6.1.1 Producció pròpia	23
6.1.2 Producció associada	23
6.1.3 Coproducció	24
6.1.4 Producció externa	24
6.2 Tipus de producció	24
6.2.1 Segons el termini del procés de producció	24
6.2.2 Segons el procediment de producció	25
6.2.3 Segons el lloc de producció	25
6.2.4 Segons els mitjans utilitzats en la producció	26
6.2.5 Segons la forma de producció	27

6.3 Equip humà	28
6.3.1 Equip de producció	28
6.3.2 Equip de direcció i realització	28
6.3.3 Equip de fotografia e il·luminació	29
6.3.4 So	29
6.3.5 Equip de post-producció	29
7. Projecte professional	30
7.1 Presentació del projecte	30
7.2 Oferta actual de programes documentals	33
7.3 Preproducció	34
7.3.1 Primera temporada	34
7.3.2 Calendari de treball	36
7.3.3 Pla de rodatge	37
7.3.4 Sinopsis i guió del primer episodi	39
7.3.5 Pressupostos	43
7.3.6 Propostes de coproducció	45
7.4 Producció	48
7.5 Post-producció	48
8. Aprenentatge	49
9. Bibliografia	50
10. Annexos	52
10.1	52
10.2 Currículum de l'equip	53
10.3 Mostra autorització de drets d'imatge	54
10.4 Transcripció entrevistes	55
10.5 Pressupost lloguer de material	60

1. Presentació

Motius i justificació

L'elecció del tema del present treball de fi de grau ha estat condicionada per diverses raons. En primer lloc, sento una especial predilecció per la televisió o, si més no, per les peces audiovisuals perquè dels mitjans de comunicació convencionals: ràdio, premsa i televisió, m'identifico amb aquest últim.

Per altra banda, i des del meu punt de vista, el periodisme és narrar històries i penso que el documental és el millor gènere per explicar-les perquè capta i presenta la realitat i no entén d'actualitat, diferència principal amb el reportatge periodístic.

En aquest cas, narrar històries per conèixer millor la ciutat de Barcelona, per crear empaties entre els ciutadans i per saber com viuen, què és el que els preocupa, amb què somien o s'emocionen.

Aquest projecte doncs, em permet combinar tasques periodístiques amb tasques audiovisuals. D'aquestes últimes en tinc mancances, per tant, per mi és tot un repte.

A més, un altre motivació és el desafiament d'encarar un projecte en les seves tres fases de producció i ser capaç de posar-me en la funció de cadascun dels engranatges que intervenen en el procés: ser alhora directora, productora, operadora de càmera, realitzadora, etc.

Objecte

L'objecte d'aquest treball és una sèrie de televisió de gènere documental. Entenem que un programa de televisió és un conjunt d'unitats d'emissió periòdica que tenen en comú un determinat format i s'emeten en un espai de temps dins de la graella d'una emissora o cadena. Per altra banda, el documental és un gènere televisiu que capta i presenta la realitat a través de tècniques cinematogràfiques amb una mirada d'autenticitat i compromís social sobre temàtiques que no són de rigorosa actualitat (Nichols, 1997)

Objectiu

L'objectiu d'aquest treball de fi de grau és ser capaç d'elaborar un programa de televisió des de la concepció de la idea fins al lliurament del producte. Per tant, tenir molt clares les fases de producció d'un producte audiovisual i les tasques que cadascuna comporta. A més, ser capaç de posar-me en el paper de tots i cadascun dels professionals que intervenen per crear i realitzar un projecte d'aquestes característiques: des del guionista fins al càmera passant pel realitzador i el muntador.

Pertinença professional

És pertinent que elabori un programa de televisió per poder mostrar tot allò après durant els quatre anys de carrera. Idear un programa de televisió és un repte que inclou diferents tasques periodístiques, sobretot en l'etapa de preproducció: documentar-se, plantejar-se preguntes, fer entrevistes i seleccionar aquelles històries més interessants. A més, aquest projecte també m'obliga a adquirir certs coneixements tècnics complementant la meua formació periodística amb coneixements audiovisuals. Per tant, aquest projecte és la culminació de palesar l'aprenentatge adquirit durant aquests anys en una peça audiovisual, un teaser de tres minuts, que mostra les facetes dels protagonistes del primer episodi de la sèrie.

Criteris metodològics

En primer lloc, i per bastir el meu projecte professional, he fet una recerca teòrica dels conceptes necessaris per poder desenvolupar un programa de televisió de gènere documental. És per això que he dedicat un apartat de la part teòrica a contextualitzar els gèneres televisius i, en concret, desenvolupar el gènere documental. Un segon apartat està dedicat a la producció en televisió. Per fer-ho m'he recolzat, principalment, en els arguments teòrics de Bill Nichols, John Grierson, Jaime Barroso, Enric Violan i Julio Moreno.

Una vegada revisats els conceptes teòrics, he començat a elaborar el projecte professional. En primer lloc, he estudiat l'oferta actual de documentals per tal de diferenciar el meu projecte i oferir quelcom innovador. Després he elaborat una primera versió del guió del programa; no tenia clar el format però sabia que volia explicar històries de gent anònima de Barcelona. Per això, era necessari trobar aquestes històries. Per fer-ho, he estat més de quinze dies parant l'orella en totes les converses alienes i amb els ulls ben oberts observant tot allò que passava al meu voltant. Fruit d'aquest exercici he trobat històries de gent molt interessant. De totes elles, n'he seleccionat dues, que formen part del primer episodi de *Vides de calidoscopi BCN*. Un cop seleccionades, he preparat les entrevistes i he concertat dates de rodatge. Mentrestant he anat definint el projecte: sinopsis, format, revisió del guió, DAFO, mètode de producció, pressupostos, etc. Durant el mes d'abril he gravat els dos personatges de la història, dos dies de gravació: primer escenes quotidianes, després escenes de la seva vida laboral. Per últim, al mes de maig m'he dedicat a muntar la peça audiovisual. El resultat de tot plegat ha estat un teaser on l'espectador pot veure un avanç del que serà el primer episodi del programa.

Panoràmica dels diferents apartats del treball

El treball s'estructura en dos grans blocs. El primer recull tots els conceptes teòrics necessaris per entendre el projecte professional. El segon, és pròpiament el projecte professional, és a dir, l'elaboració d'una sèrie per a televisió.

En el primer bloc he desenvolupat els conceptes següents:

- Estructura televisiva i de producció a Catalunya per oferir una visió general de l'entramat audiovisual
- Gèneres televisiu i, en concret, el gènere del documental amb cadascuna de les seves modalitats
- Televisió social com a nou paradigma de consum televisiu
- Producció en televisió on detallo els sistemes i tipus de producció així com l'equip humà que la possibilita

El segon bloc conté tota la informació detallada del programa en qüestió. L'he estructurat a partir de les tres fases de producció: preproducció, producció i postproducció. Cadascuna de les fases incorpora tota la informació necessària perquè es pugui tirar endavant el projecte. També he analitzat la viabilitat del projecte dins l'oferta actual de programes documentals.

Finalment, s'inclou un apartat on es mostra l'aprenentatge obtingut durant tot el procés d'elaboració del treball així com un recull d'annexos amb informació complementària però necessària, per acabar d'entendre aquest projecte professional.

2. Estructura de la televisió a Catalunya

2.1 Cadenes de televisió

L'oferta televisiva a Catalunya es pot dividir en tres grans blocs: les emissores locals, que varien en funció del municipi o la comarca; els canals nacionals, que es poden veure a tot el territori català; i els canals estatals, que es veuen a tot l'estat espanyol, i també a tot Catalunya.

Emissores locals

La televisió local és un fenomen dels inicis dels vuitanta. La televisió de Cardedeu va ser la primera televisió en català de la història i la primera televisió local de l'estat espanyol. Les emissions legals però, no arriben fins el 1995. Aquell mateix any s'impulsa la primera llei que regularia les televisions locals i permetia crear un pla tècnic. La llei 41/1995 estableix que la gestió del servei la realitzarà el propi municipi o bé per particulars mitjançant una concessió administrativa. Cada municipi tindrà adjudicada una freqüència de l'espectre radioelèctric pel seu canal públic i, en el cas que l'espectre ho permeti, se'n podrà adjudicar un altre. (Corominas, 2009: 11).



El 1998 la Diputació de Barcelona i la Federació Pro legalització de les TV Locals de Catalunya van iniciar un projecte de col·laboració orientat a les televisions locals, tant les de titularitat municipal com aquelles privades que tenien el suport del seu ajuntament. El projecte va donar lloc al Circuit de Televisions Locals amb l'objectiu de promoure la col·laboració i l'intercanvi de continguts entre les diferents televisions locals de Catalunya (Guimerà, 2006: 90). L'any 2001 el projecte avança i comença a utilitzar el satèl·lit per a l'intercanvi de continguts i produccions entre canals. El 2002 el Circuit de Televisions Locals va donar pas a una nova marca, la Xarxa de Televisions Locals (XTVL).

Més tard, ja el 2004 la Diputació de Barcelona va crear la Xarxa Audiovisual Local (XAL) empresa encarregada de gestionar el paper de la institució pública a la XTVL. La XAL és una plataforma multimèdia de suport a l'audiovisual local que té com a objectius donar resposta a les necessitats del sector i contribuir a la seva dinamització. Treballa en coordinació directa amb els mitjans de comunicació locals adherits per a qui posa a disposició un ampli catàleg de serveis¹.

Val a dir que, a partir del 2008, la recessió econòmica ha reduït la partida pressupostària dels Ajuntaments i això ha significat una forta davallada en la qualitat de l'oferta televisiva de proximitat.

¹ Font: laxarxa.com [Consultat 14.03.2015]

Si ens centrem en la comarca del Barcelonès, l'oferta televisiva local és la següent:

Titular	Nom Comercial	Logotip
Ajuntament de Barcelona	BTV	
Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat	Televisió de l'Hospitalet	
Ajuntament de Badalona	Badalona TV	
El Punt Avui	El Punt Avui TV	
Gibson Time, SL	25 TV	

Font: mitjansdecomunicacio.gencat.cat

Canals nacionals

El 1983 s'aprova la Llei del tercer canal (46/1983) que permet a les CCAA posar en marxa els seus propis operadors públics de radio i televisió². Gràcies a aquesta es crea la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (Llei 10/1983), l'ens públic que regularà els serveis de radiodifusió i televisió de la Generalitat de Catalunya. Amb aquesta llei es van posen en marxa els diferents canals de televisió: TV3 (1984); Canal 33 (1988), Club Súper 3 (1991), el 3/24 (2003) i Esport3 (2011).

Aquesta llei (46/1983) ha patit poques modificacions però al 1999 s'introdueix la possibilitat de reciprocitat de les emissions. D'aquesta manera, les CCAA limítrofes es poden posar d'acord per permetre les emissions de les seves televisions públiques en una o altra comunitat. Avui per raons polítiques s'han eliminat els acords de reciprocitat (Guimerà i Blasco, 2012:48).

Després de TV3 s'inicien les primeres emissions de les televisions públiques Basca i Gallega. A finals dels vuitanta s'inicien les emissions a Andalusia, Madrid i a la Comunitat Valenciana.

² Font: BOE: Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del tercer canal de televisión
<http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1984-250>

Per altra banda, el 1990 les televisions privades s'incorporen en el mercat televisiu espanyol. Aquest fet amplia l'oferta televisiva alhora que augmenta la competència per l'audiència. A Catalunya, Barça TV inicia les seves emissions a finals dels 90³, mentre que 8tv les inicia al 2001⁴ i Rac105 al 2008.

Actualment, la Comunitat Autònoma de Catalunya disposa d'aquestes emissores nacionals.⁵

Titular	Nom Comercial	Logotip
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	TV3	
<u>Grup Godó</u>	8TV	
<u>Grup Godó</u>	RAC105TV	
Futbol Club Barcelona	<u>BarçaTV</u>	

Font: mitjansdecomunicacio.gencat.cat

2.2 Productores

El paper de les productores ha estat determinant perquè Catalunya tingui una posició capdavantera no només a Espanya sinó també a Europa quant a la producció de programes d'entreteniment, de ficció, documentals i d'animació (Violan, 2008:26). L'entramat audiovisual català compta amb productores com Minoria Absoluta d'en Toni Soler, creadora de programes d'humor, entreteniment i actualitat⁶; Broadcaster, la productora d'en Josep Cuní, amb més de vint anys d'experiència en la producció de programes de televisió i ràdio, reportatges i

³ Informació extreta del web de Barça TV <http://barcatv.fcbarcelona.cat/detall/fitxa/qui-som> [Consultat 20.03.2015]

⁴ Informació extreta del web de 8tv <http://www.8tv.cat/qui-som/> [Consultat 20.03.2015]

⁵ Televisió de Catalunya té cinc freqüències amb programació diferenciada: TV3, 324, Esport3, Canal33/Canal Súper 3 i TV3HD

⁶ Informació extreta del web de Minoria Absoluta <http://www.minoriaabsoluta.com/som-minoriabsoluta> [Consultat 20.03.2015]

documentals⁷. Aruba Produccions, la productora d'Alfons Arús o Diagonal Tv, constituïda a Barcelona l'any 1997 i especialitzada l'àmbit de la ficció però que ha anat ampliant els seus horitzons cap a la producció de programes d'entreteniment, producció cinematogràfica i de sèries⁸. Sense oblidar El Terrat, la productora d'Andreu Buenafuente que actualment produeix, entre d'altres, el programa *Salvados* (LaSexta) o *Divendres* (TV3) o el grup Mediapro, que a més de produir i distribuir continguts audiovisuals com ara produccions cinematogràfiques i continguts interactius, és proveïdor de serveis tècnics per a l'indústria audiovisual i gestor i distribuïdor d'esdeveniments esportius.⁹

Catalunya compta amb una gran diversitat de productores, algunes d'elles, com ja hem vist, especialitzades en gèneres o temàtiques específiques. Per exemple, Gestmusic com a productora de programes musicals.

Existeixen associacions de productores creades amb l'objectiu de representar i defensar els drets dels seus afiliats. A Catalunya en són cinc: Associació de Productors Independents de Catalunya (APIC), Barcelona Audiovisual (BA), Productors Audiovisuals de Catalunya (PAC), Associació Catalana de Productors d'Animació (ANIMATS) i Associació Catalana de Productors de Documentals (Pro-Docs). Aquestes estan agrupades en la federació PROA (Productors Audiovisuals Federats) que actua d'intermediària entre les productores catalanes i l'Administració¹⁰.

⁷ Informació extreta del web de Broadcaster <http://www.broadcaster.cat/productora-audiovisual.cfm> [Consultat 20.03.2015]

⁸ Informació extreta del web de Diagonal TV <http://www.diagonaltv.es/empresa/> [Consultat 20.03.2015]

⁹ Informació extreta del web de Mediapro <http://www.mediapro.es/esp/introduccion.php> [Consultat 20.03.2015]

¹⁰ Font: www.bcnatfilmcommission.com/es/el-audiovisual-en-cataluña [Consultat 1.05.2015]

3. Gèneres televisius

Quadre esquemàtic amb els principals gèneres televisius

Informatius	Telenotícies	
	Entrevista	De perfil o personalitat
		Temàtica
	Reportatge	Notícies-reportatge
		Reportatge d'actualitat
		Gran reportatge
		Reportatge d'investigació
	Debat	
Documental	Expositiu	
	Observacional	
	Participatiu	
	Reflexiu	
	Poètic	
	Performatiu	
Ficció	Sèries	
	Mini sèries	
	Telenovel·les	
	Cinema	
	Tv movies	
Entreteniment	Concurs	Quiz Show
		Dating game
	Magazine	
	Reality show	
	Talk show	
	Late show/Late night	
	Talent show	
	Dating show	

Font: elaboració pròpia a partir de la classificació de Barroso (2009) i Violan (2008)

4. El documental

4.1 Definició acadèmica

L'estudi del documental té una complexitat difícil d'abastar. El centre de la qüestió es troba en el vell debat sobre la realitat. Què és la realitat? Què s'entén quan parlem de realitat? Donada la complexitat del gènere és difícil donar una única definició.

John Grierson el defineix com tota interpretació creativa de la realitat. Una interpretació creativa de la realitat que ens aporta coneixement i ens ajuda a entendre la condició humana (Sellés, 2007: 7). Per Bill Nichols, el documental parla de situacions i esdeveniments que impliquen a persones reals que es presenten com a part d'una història, una història creada pel seu director, sense recórrer a les al·legories pròpies de la ficció (Nichols, 2001:14). La Unió Mundial del Documental el defineix com tots els mètodes d'enregistrar en cel·luloide algun aspecte de la realitat interpretada, ja sigui per un enregistrament objectiu o una reconstrucció sincera i justificable, per tal que apel·li a l'emoció amb el propòsit d'estimular el desig i ampliar el coneixement humà i l'enteniment dels problemes i les seves possibles solucions en el camp de l'economia, la cultura i les relacions humanes (L.Snyder, 1994 a Sellés, 2007: 87).

El sorgiment del gènere documental és tan antic com el cinema, que neix oficialment el 28 de desembre de 1895 amb la projecció de diversos films al Salon Indien del Grand Café al Boulevard des Capuchines a París.

La invenció del cinematògraf permet enregistrar i projectar imatges en moviment. Els primers documents cinematogràfics que van existir són fragments de la realitat: els operadors col·locaven la càmera en qualsevol punt de les ciutats per enregistrar la vida que passava davant de l'objectiu. D'aquest cinema primitiu disposem de nombrosos exemples de diferents països: a Espanya *L'arribada dels toreros* (1896); a Rússia *La coronació del Tsar Nicolau II* (1896) o a Austràlia, *Les carreres de Melbourne* (1896). A Catalunya, el 1898 Fructuós Gelabert va filmar *La visita de la reina Cristina i el seu fill Alfons XIII a Barcelona*. Totes elles són un exemple del "grau zero" de l'escriptura audiovisual formulat per Roland Barthes, és a dir, pel·lícules sense muntatge (Sellés, 2007: 10).

John Grierson va ser el primer a anomenar Robert Josep Flaherty pare del documental. Les seves vivències infantils i juvenils en les zones mineres del nord de Michigan i Canadà així com el seu interès per la natura condicionen la seva obra. *Nanook of the North* (1922), el seu primer film, és considerat el primer documental de la història. En ell Flaherty narra les dures condicions de vida d'una família esquimal del àrtic.

Característiques del documental

A trets generals, podem establir les següents característiques (Nichols, 1997):

- Capta i presenta la realitat a través de tècniques cinematogràfiques
- Dóna una imatge d'autenticitat
- Fa observacions o afirmacions sobre el món real
- Voluntat de compromís social, mirada alternativa
- Tracta sobre persones reals, no personatges. En tot cas són personatges que s'interpreten a si mateixos
- Les temàtiques tractades no són de rigorosa actualitat
- El muntatge és més lliure i a la vegada més complicat per les diferents opcions que genera

Bill Nichols a *Introduction to documentary (2001)* estableix sis modalitats de representació de la realitat.

4.2 Modalitats del documental

4.2.1 Documental expositiu

Neix als anys vint per abordar temes del món històric de manera directa. La finalitat principal d'aquesta modalitat ha estat la transmissió de informació de tipus històric, divulgatiu o educatiu. El documental expositiu és el més comú dins del gènere documental i és el mode amb el qual la majoria de públic associa al terme documental.

- Emfatitza el comentari verbal i l'argumentació lògica
- Sovint inclou material d'arxiu, entrevistes i veu en off
- Pensat per informar sobre un lloc, esdeveniment un personatge que el públic no coneix o no coneix prou. L'objectiu és crear un cert impacte: una alternativa al discurs dominant
- El text adopta una funció persuasiva: agradar al públic (la seva aprovació)
- Narració d'una veu en 3a persona, locutada per un professional, amb un text estructurat, rigorós i nascut d'una recerca prèvia. El text del locutor és fonamental per donar la sensació d'objectivitat i de judici ben format
- Muntatge visual i sonor al servei de la continuïtat narrativa que s'estableix a partir del guió: flux lineal de la imatge i l'argumentació basada en la relació causa/efecte, premissa/conclusió, problema/solució

Exemples de documental expositiu: *Las Hurdes* (Buñuel 1933), *Le Sang des bêtes* (Georges Franju 1949), *San Pietro* (John Huston 1945), La sèrie documental *Victory at Sea* (1952- 1953) o *If you love this Planet* (Terre Nash 1982).

4.2.2 Documental observacional

El documental observacional neix als seixanta dels moviments cinematogràfics del *cinema vérité* francès i del *direct cinema* estatunidenc. Tot i que aquestes dues corrents cinematogràfiques mostrin diferències importants, comparteixen desenvolupaments tecnològics comuns: portàtils lleugers i sincrònics de principis dels anys seixanta, noves tecnologies que possibiliten la gravació de so directe sense massa complicacions i la mobilitat dels equips.

És un documental que neix per contrarestar la voluntat moralitzadora del documental expositiu. Així doncs, els directors prioritzaven una observació espontània i directa de la realitat (Nichols, 1997:72 i Nichols, 2001:31). El seu paper rau en l'elecció dels personatges i situacions que siguin adients per destacar la part de la realitat social que es vol realçar.

- Emfatitza en la vida quotidiana dels subjectes o espais observats
- Intenta que la càmera passi desapercebuda
- Els subjectes filmats no interactuen amb els cineastes
- S'eviten les entrevistes
- Hi són habituals els llargs plans seqüències
- Proclama la neutralitat moral davant l'expositiva
- S'elimina el comentari i l'ús d'imatges per il·lustrar
- No vol construir una nova realitat (judici de valor) sinó servir com a testimoni d'un fet
- Parlem d'un documental de moltes hores de gravació que han d'estructurar-se en l'edició

Exemples de documentals observacionals: *High School* (Frederick Wiseman 1968) o *Être et Avoir* (Nicholas Philibert 2002)

4.2.3 Documental participatiu

En el documental participatiu, conegut també com a documental interactiu, el cineasta intervé i interactua en la trama narrativa d'una manera patent. Com en el cas del cine observacional, es beneficia de la tecnologia que permet el so sincrònic i un equip lleuger. El boom d'aquesta modalitat documental arriba als anys 60 quan les entrevistes es converteixen en converses.

- Es tornen a introduir les imatges de demostració/il·lustració a favor de l'argumentació del autor i la validesa dels testimonis
- La dinàmica que s'estableix entre realitzador i subjecte/personatge resulta fonamental per la pel·lícula
- Passem de la observació a la participació
- Ús dels pseudodiàlegs o declaracions pactades prèviament amagades sota el concepte d'una conversa o diàleg espontani.
- El director és qui condueix el text documental en sí mateix.
- Èmfasi en la interacció del cineasta, que es converteix en un personatge més, i el subjecte filmat a través de la conversa (o la provocació).
- Sovint inclou material d'arxiu
- El director i la seva veu forma part de la diegesis del documental. Es redueix el procés de muntatge ja que s'ha de construir una veu en off. Per tant, el control està fet des de el moment de la gravació.

Exemples de documentals participatius: el documentals de Michael Moore, *Sherman's March* (Ross McElwee 1986), *Hôtel Terminus* (Marcel Ophuis 1988), o *Shoah* (Claude Lanzmann 1985).

4.2.4 Documental reflexiu

Per a Nichols, aquesta modalitat no es dedica només a fer una representació del món i la societat en sí mateixa sinó que també aborda la qüestió de com es fa aquesta representació. El documental reflexiu està pensat per parlar de com parlem del món. La veu reflexiva sorgeix, doncs, del desig de fer més visibles les convencions de la representació així com de posar en dubte la transmissió de la realitat de la resta de modalitats.

- La modalitat reflexiva combina i modifica els recursos de la resta de modalitats i en lloc d'amagar-los a ulls de l'espectador, els porta al límit perquè l'atenció recaigui tant sobre el recurs com sobre l'efecte
- Emfatitza la implicació personal del cineasta en la història que presenta. Sacrifica l'intent d'objectivitat per una voluntat més evocadora i afectiva

- Agafa prestats els recursos de les altres modalitats per mostrar el seu procés de producció
- Es centra l'atenció sobre el procés de construcció i representació i el realitzador es converteix en l'autoritat que mana sobre el discurs polític o formal.
- L'essència d'aquesta modalitat és incomodar l'espectador, fent-lo pensar sobre la realitat d'allò que es representa
- Així doncs, aquesta modalitat posa en dubte la realitat transmesa pel mateix documental i les seves tècniques (especialment les de la modalitat expositiva).
- Dins d'aquesta modalitat, podem trobar-nos amb hibridacions de ficció, precisament per reflexionar sobre la construcció de la realitat: el fals documental o el mockumentary

Exemples: *L'home de la càmera* (Dziga Vertov 1929), *The War Game* (Peter Watkins 1965), *Letter to Jane* (de Godard i Jean-Pierre Gorin) i *The Battle of Orgreave* (Mike Figgis 2001)

4.2.5 Documental poètic

La veu poètica neix al anys 20 i ens duu un documental més abstracte que emfatitza les associacions visuals. El seu naixement està lligat a les avantguardes i experimenta amb la forma, la fragmentació i l'associació lliure de conceptes. El documental poètic és una forma de representar la realitat en termes de sèrie de fragments, impressions subjectives, actes incoherents i associacions ambigües (Nichols, 2001: 103)

- Es tracta de una manera subjectiva de fer un documental expositiu (segons Nichols "despreniment subjectiu de l'exposició")
- Subratlla les formes en què el realitzador dota de coherència formal i estètica cada realitat representada.
- Tracta de fer servir formes retòriques poètiques per comunicar un significat de manera afectiva
- Té una finalitat descriptiva
- Pròxim al cinema experimental, personal, d'avantguarda
- Evita l'exposició retòrica i aposta per un treball de textures tant en el so com en la imatge
- Pot fer servir la veu en off però no de forma convencional
- Sacrifica les convencions de continuïtat en l'edició per crear un espai i temps coherent a canvi de convidar a la reflexió sobre aspectes més abstractes vinculats a la mateixa noció d'espai i temps

Alguns exemples: *Regen* (Joris Ivens 1929), *Sans Soleil* (Chris Marker 1982) o *Free Fall* (Péter Forgács 1988) y *Sacrifice: Who Betrayed Che Guevara* (Erik Gandini i Traik Saleh 2001)

4.2.6 Documental performatiu

La modalitat performativa, també anomenada *New Subjectivity o Personality*, torna a qüestionar aspectes fonamentals del documental tradicional amb la diferència de transmetre aquests coneixements a través de l'experiència personal del cineasta i l'ús de la retòrica poètica. Seria com una mena de modalitat poètica i reflexiva juntes però amb la visió personal del cineasta com a eix central de la representació.

- Fuig de la representació realista i dóna cabuda a formes properes a la ficció
- Subratlla la dimensió afectiva i subjectiva de l'autor. Sacrifica l'intent d'objectivitat per una voluntat més evocadora i afectiva.
- La seva estructura narrativa no és convencional: llibertat poètica i forma clarament subjectiva d'exposició
- Emfatitza la implicació personal del cineasta en la història que presenta
- Privilegia l'ús de la primera persona
- Es demostra que el coneixement del món és possible partint de premisses autobiogràfiques.

Exemples: *Walz with Bashir* (Ari Folman 2008), *Los espigadores y la espigadora* (Agnès Vardà 2000)

En aquest quadre es resumeixen les sis modalitats del documental amb la seva cronologia, les característiques més importants juntament amb les seves deficiències i el paper de l'autor.

Modalitat	Cronologia	Característiques	Intervenció del autor	Deficiències
Poètic	1920	Re agrupació de fragments del món de manera poètica	L'autor es manifesta a través d'impressions subjectives properes a l'experimentació i l'autoria cinematogràfica	Falta d'especificitat. Força abstracte
Expositiu	1920	Aborda temes del món històric de manera directa	El discurs documental es construeix a través de la denominada "Voice of God". Renega de l'autoria i construeix un relat d'aparença objectiva i neutral	Força didàctic
Observacional	1960	Evita el comentari i les representacions: observa les coses tal i com passen	Negació de qualsevol tipus d'intervenció sobre l'acció i els personatges. Els discurs s'elabora a la sala de muntatge	Manca de història, context
Participatiu	1960	Entrevista o interactua amb els subjectes: ús de material d'arxiu per recuperar la història	L'autor hi és i participa de l'acció, interactua amb els personatges i té diferents graus de protagonisme dins el relat documental	Excessiva fe en els testimonis, història ingènua, massa intrusiu
Reflexiu	1980	Qüestiona la forma del documental: es desfamilitaritzava d'altres modalitats	L'autor representa el món històric a través d'una negociació amb l'espectador sobre la realitat representada a través del film	Força abstracte. Es desentén de temes actuals
Performatiu	1980	Accentua aspectes subjectius d'un discurs clàssicament objectiu	L'autor ens ofereix entrar dins un procés d'entreteniment universal a través de la seva experiència personal	Documentals d'avantguarda, excessiu ús d'estil
Font: producció pròpia				

5. Televisió social

El model televisiu primigeni no té res a veure amb l'actual. Abans el consum televisiu era grupal: família i amics es congregaven davant de la televisió per veure, tot junts, un mateix programa. Avui en dia el consum és individual, asincrònic i ubic. Internet planteja noves formes de consum com l'*streaming* o a la televisió a la carta. La tecnologia ha facilitat noves formes d'interacció i la irrupció de les xarxes socials, noves formes de comunicació massiva (Ferrer, 2009 :17).

La televisió social és un conjunt de tecnologies que permet que gent que està veient el mateix programa però està separada geogràficament pugui tenir una experiència compartida. La televisió social es refereix a la integració de la televisió amb les xarxes socials que permet que els telespectadors participin en el programa que estan veient mitjançant *Facebook* i *Twitter* (Mitchell et al, 2010). Aquesta interacció es dona en les anomenades segones pantalles, pantalles addicionals i complementàries que els espectadors utilitzen, sovint, per ampliar contingut. Les *tablets*, els ordinadors portàtils i els *smartphones* en són un exemple. De la primera pantalla, la televisió, els consumidors n'extreuen el contingut (consum passiu) per ampliar-lo amb les segones pantalles (consum actiu). La consultora d'investigació The Cocktail Analysis destaca que el 62% d'internautes fa un consum concurrent de televisió amb un altre dispositiu.¹¹

Les principals característiques de la televisió social són les següents (Lorente, 2011:5):

- Ofereix la possibilitat de produir-se en qualsevol plataforma multimèdia
- Els seus continguts es poden personalitzar; l'usuari escull què veure i quines aplicacions utilitzar
- Fomenta la participació entre usuaris i entre usuaris i les cadenes de televisió

Per altra banda, les xarxes socials han obert una nova forma d'interacció i han modificat la forma de consum. És força comú que els programes de televisió es nodreixen dels continguts que s'han generat a la xarxa. La majoria dels programes han integrat diferents formes de participació amb l'audiència mitjançant les xarxes socials. És habitual que els telespectadors comparteixin, al moment, valoracions i comentaris sobre el que estan veient. En aquest sentit, Roberto Igarza, doctor en comunicació, docent i investigador, introdueix un nou concepte teòric: l'*hiperzapping*¹². L'*hiperzapping* és l'evolució del *zapping* i es refereix al canvi constant de pantalles, bàsicament televisió i mòbil, quan mirem la televisió. L'espectador està consumint televisió mentre està a les xarxes socials i viceversa. El comportament multitasca és cada vegada més freqüent . Per tant, la forma de consum no està limitada per un únic suport.

¹¹ Font de la cita: <http://tcanalysis.com/blog/posts/el-62-de-los-internautas-usa-otro-dispositivo-a-la-vez-que-la-television-de-manera-habitual> [Consultat 30.03.2015]

¹² Font: revistarepublicante.com/television-y-redes-sociales [Consultat 30.03.2015]

Twitter lidera la televisió social

La xarxa social Twitter ha sabut obrir una porta de contacte directe amb l'espectador i a dia d'avui domina la televisió social. "El 95% de les converses en els *social media* relacionades amb la televisió tenen lloc al Twitter", així ho afirma Àlex Solà en la ponència *Tendències en l'explotació en TV social i segones pantalles* del MAC 2014. Aquesta xarxa social promou l'ús dels *hashtags* que permeten identificar ràpidament un tema o motiu de conversa. De fet, una de les pràctiques que està donant millors resultats és el "*hashtag on screen*", és a dir, mostrar durant l'emissió del programa televisiu el *hashtag* del programa o el tema de debat del programa. *Twitter* també promou el *live streaming* i inclou l'usuari (@i el nom de l'usuari). D'aquesta manera es produeix una interacció entre telespectadors que comparteixen els mateixos gustos televisius i entre telespectadors i els creadors del programa. És habitual que els internautes comentin per Twitter els que estan veient per televisió. Aquests també els hi agrada rebre feedback o continguts inèdits del programa. Una pràctica força habitual és pujar fotografies del *backstage*.

La sèrie estatunidenca *Sleepy Hollow* n'és un exemple. La primera fotografia mostra un reunió de l'equip mentre que en la segona estan gravant una de les escenes de la sèrie amb fum.



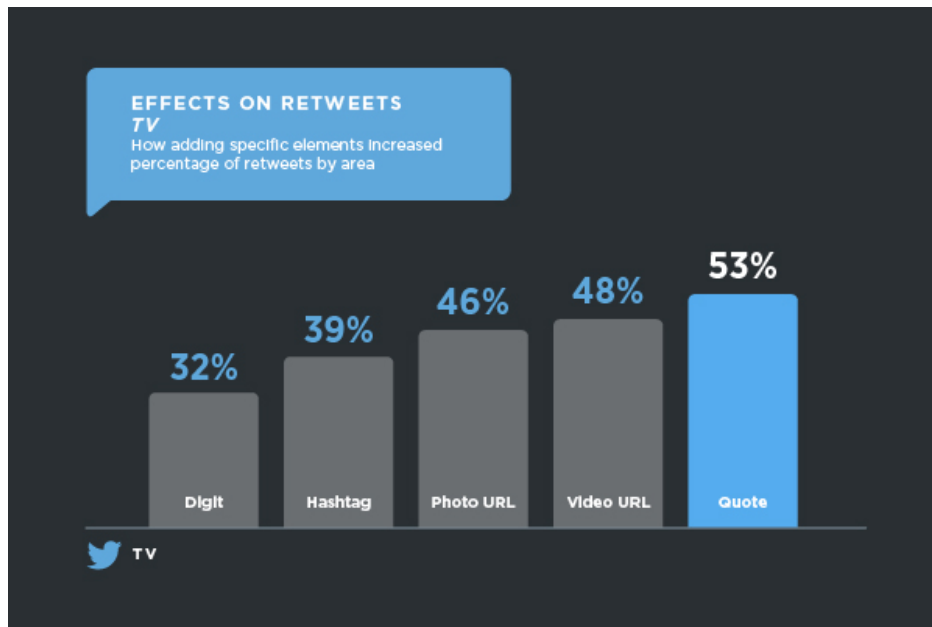
Font: Media-Twitter

La sèrie *Glee* penja continguts inèdit per els seus fans.



Font: Media-Twitter

Per altra banda, és important que els creadors de continguts televisius siguin coneixedors dels efectes que té introduir un element en els *tweets* en el nombre de *retweets* que té. Així doncs, si un *tweet* inclou la cita del programa de televisió augmenta un 53% les possibilitats de que el teu *tweet* sigui retuitejat. Si inclou un vídeo el 48% i si inclou una fotografia un 46%.



Font: Media-Twitter

Més enllà de Twitter

La televisió social compta amb xarxes altres xarxes com, Miso, Tunerfish, o Qvemos amb les quals els espectadors poden comunicar-se entre si partint d'una experiència televisiva.

Aplicacions com el WhatsApp també entrarien dins de la televisió social. Per exemple, és força habitual seguir un partit de futbol amb un grup de WhatsApp tancat. El problema rau que l'impacte d'aquestes converses és menor perquè són grups reduïts i tancats i per tant, difícils de comptabilitzar.

Per altra banda, la lluita entre *Facebook* i *Twitter* per liderar la televisió social és constant. Tots els programes de televisió tenen pàgina de Facebook on la interacció entre els telespectadors i els creadors del programa és habitual. Segons Joonghwa Lee, professor de periodisme a la Universitat Middle Tennessee, *Facebook* podria ser la plataforma ideal per establir relacions a llarg termini amb l'espectador, més enllà d'un efímer tuit.¹³

És evident doncs la retroalimentació existent entre els *social media* i la televisió. En definitiva, la televisió social ofereix a l'espectador una nova experiència de consum televisiu, més interactiu, participatiu i atractiu. Tot i això, la televisió social és un fenomen en constant evolució. La hibridació entre tecnologia, televisió i els propis usuaris té encara molt camí que recorre.

¹³ Font de la cita: cristinaaced.com/blog/2013/10/21/como-influyen-las-menciones-en-redes-sociales-en-la-audiencia-de-tv/ [Consultat 30.03.2015]

6. Producció en televisió

6.1 Sistemes de producció

Les característiques de cada projecte determinen, en bona mesura, quin és el millor sistema de producció. Tanmateix, l'aparició de les cadenes privades, en la dècada dels noranta, augmenta la demanda de producció i difusió de continguts i inaugura un mercat on la producció externa acaba essent la més rendible. La producció pròpia doncs queda en un segon pla a favor de l'externalització de la producció (Moreno et al. 2014:50).

6.1.1 Producció pròpia

Un programa de producció pròpia és aquell que s'elabora únicament amb el mitjans econòmics, tècnics i humans de la cadena de televisió. Serà aquesta l'encarregada de dur a terme tot el procés de producció. Aquesta fórmula de producció és pròpia de les cadenes públiques generalistes, les quals han d'erigir-se com a servei públic amb continguts que justifiquin el seu finançament al marge del negoci de l'indústria audiovisual. El programes més representatius d'aquesta fórmula de producció són els informatius. (Moreno et al. 2014:50).

En principi, el cost de producció del programes de producció pròpia l'assumeix la cadena de televisió, la qual es farà càrrec d'optimitzar i buscar fórmules d'explotació del programa. Tot i que sovint l'esponsorització, la publicitat, el *product placement* o les ajudes indirectes de l'administració complementen els recursos propis. Per exemple, un espai dedicat a la informació meteorològica, pot estar patrocinat per una marca comercial. (Moreno et al. 2014:51)

6.1.2 Producció associada

Fórmula de producció que consisteix en l'associació de dues o més empreses (entre cadenes de televisió i productores) per a la realització d'un programa de televisió on ambdues assumeixen el paper de productores.

- **Associació entre cadenes:** acord temporal i financer entre televisions. Ambdues assumeixen el cost de producció i el risc econòmic i executiu i són beneficiàries del producte. Un exemple seria la retransmissió d'un esdeveniment públic o d'interès general on ambdues cadenes tenen el mateix senyal televisiu.
- **Associació entre productores:** producció compartida entre dues o més productores de manera que cadascuna d'elles aportarà una determinada quantitat econòmica i rebrà ingressos en funció de la quantitat aportada. És força comú que les productores formin part del mateix grup empresarial o bé s'associen per l'adaptació nacional d'un programa d'èxit internacional.
- **Associació entre cadenes i productores:** ambdues assumeixen el rol de productores. Acostumen associar-se per produir mini sèries o tvmovies que després vendran a una cadena emissora. Per exemple, la mini sèrie *23F. El día més difícil del Rey* és una producció de Docs&Films i TV3 per TVE (Moreno et al. 2014:54).

6.1.3 Coproducció

La coproducció és un fórmula de producció que implica l'acord internacional entre cadenes de televisió i/o productores. Cadascuna de les empreses implicades obtindrà els drets d'explotació en el seu àmbit territorial. Totes són propietàries del producte però no són lliures alhora de vendre'l individualment. Per a poder-ho fer hi ha d'haver un acord previ entre totes les empreses implicades. Els ingressos i els costos dependran de la inversió de cada empresa. La coproducció és un sistema de producció propi de la ficció o els documentals (Violan, 2008:70). *Nostromo*, l'adaptació televisiva de l'obra de Josep Cornad a càrrec de TVE , la BBC i el RAI n'-es un exemple.

6.1.4 Producció externa

Un programa de producció externa, conegut popularment per les sigles PPD, programa preparat per la seva difusió, és un programa elaborat totalment per una productora externa que s'emet en cadena de televisió. És el cas de les sèries estrangeres com *Els Simpson* o *Juego de Tronos*, la majoria són comprades a les productores d'origen per un determinat número d'emissions.

6.2 Tipus de producció

6.2.1 Segons el termini del procés de producció

La producció de continguts televisius s'organitza en funció d'un calendari que té en compte la possible data d'emissió. En funció d'aquesta i de la tipologia de programa, la producció pot ser:

- **Producció anticipada:** el contingut televisiu es realitza per complet abans de la seva emissió. Aquest tipus de producció és característic dels llargmetratges, minisèries, documentals o sèries de televisió de cert prestigi.
- **Producció amb antelació:** es produeixen un sèrie d'episodis que permeten començar l'emissió i un cop ha començat l'emissió es continua amb la producció. Fórmula característica de les sèries i els concursos.
- **Producció simultània:** la producció i l'emissió del programa es realitzen al mateix temps. Els informatius o *magazines* en són un exemple.

6.2.2 Segons el procediment de producció

Segons el moment, la circumstància de la captació i l'emissió del senyal podem diferenciar en (Moreno et al. 2014:44):

- **Directe:** el programa s'emet al mateix temps que es fa. Per tant, no hi ha possibilitat de repetició i el programa es produeix en temps real. Seguint aquest procediment es poden produir programes com els informatius diaris, els *magazines* o grans esdeveniments com l'emissió de la gala del Premis Goya.
- **Directe diferit:** el programa es grava per ser emès posteriorment. En aquest cas però la realització és en directe. A diferència de l'anterior aquesta modalitat permet corregir errades, ajustar la duració del programa o introduir efectes de postproducció i sonorització. A la vegada però manté l'estètica del directe. Els concursos, les gales i els concerts es produeixen seguint aquest procediment.
- **Gravació per blocs o fals directe:** els programes es realitzen en directe però es graven per blocs que més tard es munten. La gravació per blocs es planifica dividint el programa en parts en funció dels decorats, la il·luminació, actors, etc. Altre cop, gales i concursos en són un exemple.
- **Gravat:** aquesta és la fórmula dels programes de producció externa, programes de ficció, documentals, revistes culturals i també peces que es realitzen per formar part d'altres programes com els informatius. En aquest cas, no hi ha realització en directe i es tracta d'una gravació que necessita un muntatge posterior.
- **Retransmissió en directe:** es tracta d'una realització que té lloc fora de plató, des d'una unitat mòbil. Es produeix en temps real i amb una realització en directe. Tècnicament, necessita una doble transmissió: des de la unitat mòbil a l'emissora central de radiodifusió i des d'aquesta als espectadors. Esdeveniments esportius, bodes reals, desfilades o cavalcades són exemples de retransmissions en directe.
- **Retransmissió en diferit:** es produeix de la mateixa manera que l'anterior però s'emet *a posteriori*.

6.2.3 Segons el lloc de producció

El lloc de producció depèn de la naturalesa del programa o del esdeveniment en qüestió. Així doncs, en funció del lloc on es produeix el programa, definim la producció com:

- **Producció en estudi:** el programa es realitza dins de les instal·lacions de la televisió o productora. Aquesta modalitat presenta algunes avantatges com la facilitat per comptar amb bons sistemes d'il·luminació, possibilitat d'utilitzar tècniques multicàmera i realització en directe, sales d'edició i post-producció, etc. En resum, es disposa de tots els elements tècnics per gravar un programa amb bones condicions.

- **Producció en exteriors:** els equips actuals permeten produir fora dels estudis de televisió ja sigui treballant amb unitats mòbils o amb càmeres autònomes. Els sistemes que s'utilitzen per la gravació en exteriors són els següents (Moreno et al. 2014:45):
 - Producció ENG: un concepte relacionat amb el periodisme electrònic, les notícies són captades per un equip de vídeo portàtil. L'equip tècnic bàsic és el següent: *camcorder*, micròfon, trípode, torxa, font d'alimentació i l'equip humà.
 - Producció PEL: una unitat mòbil lleugera que pot incloure tres càmeres de tipus ENG (*camcorder*), una unitat de control, una taula de so, un mesclador d'imatge, un unitat d'edició portàtil i un sistema de monitorització i control de senyal.
 - Producció amb unitat mòbil: sistema complet de producció instal·lat en un vehicle que pot utilitzar-se com una sala de control d'un estudi. En realitat, són petits estudis de televisió muntats en petits camions. Permeten la realització en directe i també la preparació de grafismes i locucions. Són imprescindibles en la producció de grans esdeveniments concerts o esdeveniments esportius.
- **Producció mixta:** programes elaborats a partir de la producció en estudi i la producció en exteriors. La seva realització es fa a l'estudi però inclou fragments de programa produïts en exteriors.

6.2.4 Segons els mitjans utilitzats en la producció

- **Producció amb un càmera:** es pròpia dels programes de ficció en exterior com les mini-sèries, documentals o de les gravacions realitzades per un reporter ENG destinades a la realització de notícies o peces informatives curtes. Potser ser però que una producció mono càmera utilitzi dues càmeres quan el motiu de la filmació és una acció irreplicable, de gran complexitat o que requereixi molt esforç per part dels actors. En aquest tipus de producció es poden posar en pràctica diferents tècniques en funció de l'estil de producció. Barroso les defineix com:
 - Rodatge per plans: consisteix en la filmació pla per pla, desordenats, seguint l'ordre de producció no de realització. Es pròpia de la ficció en exteriors, documentals, reportatges i notícies. En el cas de la ficció es necessari un guió tancat mentre que en els reportatges i documentals el guió no és definitiu.
 - Rodatge per cobertura d'acció: es la gravació de forma continuada, des d'un punt de vista, d'una determinada acció (Barroso 2009:93). És una fórmula de producció pròpia de gravacions ràpides i de baix pressupost. Es realitza amb un càmera fixa i necessita d'un muntatge amb plans addicionals que aportin major riquesa visual. Es necessari gravar una mateixa acció des de diferents punts de vista i amb plans recurs que tinguin relació amb l'acció.
 - Rodatge per cobertura d'acció amb diverses càmeres: parteix del mateix concepte que l'anterior però sense haver de repetir l'acció. En aquest cas, compten amb una càmera que farà els plans més generals i una segona que farà

els plans recursos i plans detalls de l'acció. És pròpia d'esdeveniment que no es poden repetir, que tenen una posada en escena molt complicada o costosa.

- Mono càmera en directe: pròpia de la cobertura de notícies i s'acostuma a resoldre utilitzant el pla seqüència i les possibilitats de l'òptica.
- **Producció multicàmera:** tècnica pròpia de la televisió que permet la realització de programes en directe utilitzada tan en exterior com a dins d'estudis. La producció multicàmera ofereix avantatges com l'optimització de la productivitat en canvi té menor qualitat d'il·luminació que la tècnica del rodatge per plans (Moreno et al. 2014:48).
 - Realització en directe i emissió simultània: cada càmera té assignada una àrea de cobertura determinada. Requereix guions planificats i tancats amb escaletes minutades. És pròpia d'informatius, magazines i alguns concursos.
 - Realització en directe i emissió en diferit: és igual que l'anterior però amb un emissió posterior. Per tant, en principi, no hauria de tenir una edició posterior. Tot i això, es pot oferir una emissió íntegra d'allò realitat o bé dur a terme petites correccions.
 - Realització per blocs: el programa es realitza en directe però es grava en fragments que posteriorment es munten. Fet que permet gravar per escenaris o per fases de proves, en els concursos per exemple.

6.2.5 Segons la forma de producció

- **Producció seriada:** producció formada per diversos episodis o emissions que guarden alguna relació entre sí i s'emeten un darrere l'altre (Moreno et al. 2014:49). Pot estar formada per capítols independents o bé per capítols amb una trama continuada però sempre mantenen els mateixos personatges i decorats. Sèries com *Pulseres Vermelles*, *Aida* o *el Internado*.
- **Producció única:** es tracta d'un programa d'emissió única i singular amb un principi i un final. És una producció que té més problemes per fidelitzar l'audiència (Moreno et al. 2014:49). És per això que algunes cadenes de televisió fraccionen amb dos o tres capítols una producció que segons la seva fórmula de producció respon a una producció única. La mini sèrie *Rescatando a Sara*, n'és un exemple.
- **Producció intermitja:** producció que manté els elements formals però canvia els continguts en cada programa. És a dir, es mantenen els decorats, els presentadors i la fórmula de realització, mentre que els continguts de cada programa van canviant (Moreno et al. 2014:49). Els informatius o programes com *Espai Terra*, *El Intermedio* o *El Hormiguero* responen aquest tipus de producció.

6.3 Equip humà

6.3.1 Equip de producció

En funció de la televisió, productora o programa l'equip de producció serà més o menys complex.

- **Productor executiu:** encarregat de busca, proposar, acceptar i desenvolupar projectes per programes dins d'una àrea de programació. Defineix i distribueix el pressupost pels diferents programes que té assignats (Moreno et al. 2014:36).
- **Productor:** responsable d'organitzar la producció del programa, tant pel que fa a mitjans tècnics com humans, segons el pressupost assignat pel productor executiu. Encarregat també de realitzar calendaris, citar i organitzar al personal, llogar vehicles o material de gravació, obtenir material d'arxiu, contractar agències de figuració, justificar pagaments, trasllat i acompanyament de convidats. És a dir, s'ocupa de les gestions diàries per poder tirar endavant un programa. Sovint el productor compta amb la col·laboració d'un **ajudant de producció** encarregat de dur a terme totes les funcions que s'han esmentat anteriorment (Moreno et al. 2014:36).

6.3.2 Equip de direcció i realització

- **Director:** encarregat de fer el guió del programa i prendre per tant, decisions de contingut i línia del programa. El director es reunirà diverses vegades amb el productor i el personal del productor per pactar tots els elements del programa de producció (Moreno et al. 2014:37)
- **Realitzador:** responsable de la planificació del guió tècnic, de la direcció d'actors, la realització d'assajos, elabora la posada en escena, dirigeix les gravacions i es el l'autor del muntatge. Supervisa els decorats, la il·luminació i la sonorització. En definitiva, és el responsable del acabat del programa (Moreno et al. 2014:37).
- **Ajudant de realització:** participa en l'elaboració del guió tècnic, supervisa l'*attrezzo*, dóna senyals per que els convidats i el públic es situïn en el lloc adequat, organitza la figura, pot realitzar petits treballs d'edició (Moreno et al. 2014:37). En general, ajuda al realitzador en tot allò que necessiti.
- **Regidor:** encarregat de transmetre les instruccions del realitzador als presentadors i actors. Dóna ordes al públic dins de plató i controla els materials d' *attrezzo*. Ha de vetllar perquè tot funcioni correctament dins de plató i tothom estigui posicionat on ha de ser.
- **Mesclador:** ajudant de realització que controla la taula de mescles fent l'edició en directe.

6.3.3 Equip de fotografia e il·luminació

- **Il·luminador/ Director de fotografia:** crea ambient i dirigeix les fonts de llum. Treballa a partir d'allò que li mana el realitzador i es coordina amb el decorador. És responsable del resultat final de la imatge. Quan treballa dins l'estudi, es col·loca al costat del operador de control d'imatge, des d'on dona les instruccions als tècnics de llum (Moreno et al. 2014:38).
- **Operador de càmera PEL o ENG:** encarregat de la captació d'imatges amb qualsevol càmera fora de l'estudi. Essent també el responsable d'il·luminació (Moreno et al. 2014:38).
- **Operador de càmera:** és el càmera que treballa dins l'estudi. Per tant, enregistra les imatges a partir de les indicacions del realitzador (Moreno et al. 2014:54).
- **Control d'imatge:** té la responsabilitat de controlar la fotometria i la colorimetria de la imatge (Moreno et al. 2014:38).

6.3.4 So

- **Cap de so:** juntament amb l'operador de càmera s'encarrega del registre audiovisual i fa les barreges de fonts sonores. En post-producció és l'encarregat del muntatge de so i músiques (Moreno et al. 2014:39).
- **Ajudant de so:** segueix les instruccions del cap de so per instal·lar equips, micròfons, perxes, etc.
- **Ambientador musical:** selecciona els temes musicals que apareixen en el programa i els edita.

6.3.5 Equip de post-producció

- **Muntador:** l'encarregat de muntatge, és a dir, de seleccionar, editar i ordenar tots els plans així com totes les seccions que formen part del programa. És per tant, un expert en narrativa i llenguatge audiovisual. Per tant, domina tota classe d'equips d'edició (Moreno et al. 2014:39).
- **Dissenyador gràfic:** realitza dissenys gràfics, és a dir, mapes, caretes, infografies, etc.

7. Projecte professional

7.1 Presentació del projecte

Històries de gent anònima de Barcelona



Logotip del programa

El projecte professional en qüestió tracta de l'elaboració d'una sèrie documental per a televisió, des de la idea fins a la realització. Així doncs, s'han dut a terme les tres fases de tot procés productiu audiovisual: preproducció, producció i postproducció. A continuació, es detalla tota la informació del programa.

Nom del programa: *Vides de calidoscopi BCN*

-Per conèixer Barcelona i les històries que s'amaguen s'ha de parar i observar→ el mateix que quan es mira per un calidoscopi

-Barcelona és multicultural i amaga realitats socials molt diverses→ analogia amb els colors i formes del calidoscopi

-Barcelona té moltes cares, tot depèn des d'on és miris i com es miris→ en funció de com agitis el calidoscopi en surt una forma geomètrica o un altre

- Els fragments de colors del calidoscopi són totes les històries que formen part de la gran figura geomètrica, Barcelona

-El gran mosaic de colors que veiem en un calidoscopi podria ser al mapa d'una ciutat on hi podríem situar totes les localitzacions del programa

Sinopsis: sota el mateix paraigua, una ciutat cosmopolita amb cert prestigi i reconeixement internacional, les preocupacions diàries dels ciutadans són molt diverses. Tots vivim a Barcelona i formen part de la mateixa societat però els mal de caps de cadascú són ben diferents. A partir d'una localització concreta i característica de la ciutat, coneixerem la vida dels barcelonins, creant metàfores i paradoxes i dibuixant contrastos. Mostrarem vides quotidianes, de gent anònima com tu i com jo, perquè la teva vida, per insignificant que sigui, pot ser molt interessant.

Gènere: documental

Durada : 25 minuts

Objectiu: explicar històries de persones anònimes de la ciutat de Barcelona per mostrar les diferents realitats socials que una mateixa ciutat amaga així com les diferents formes de vida dels ciutadans.

Audiència: gran públic

Format: la primera temporada de *Vides de calidoscopi BCN* comptarà amb dotze episodis de vint-i-cinc minuts. Cadascun d'ells oferirà dues històries entrelaçades amb un nexa en comú. Totes dues naixeran a Barcelona i les vides d'ambdues persones tindran quelcom que les uneixi. La presentació d'ambdós personatges es farà a través de seqüències quotidianes que descriguin la seva activitat, personalitat o la seva manera de viure juntament amb talls de veu d'amics, familiars, veïns que ens expliquin qui és i que fa el personatge en qüestió. En algun cas, s'utilitzarà la mateixa veu en off dels personatges que acabarà de bastir i contextualitzar la seva vida. El resultat serà doncs, un petit retrat dels personatges.

Hibridació amb les xarxes socials: el consum televisiu ha anat evolucionant. Avui dia parlem de la televisió social, les segones pantalles i el comportament multitasca dels usuaris. Per tant, *Vides de calidoscopi BCN* tindrà un compte a *Twitter*, ja que és la xarxa social que lidera la televisió social. Amb aquesta els telespectadors podran compartir valoracions i comentaris sobre el programa. A més, *Vides de calidoscopi BCN* oferirà continguts inèdits del programa via *Twitter* així com imatges de rodatges o esdeveniments relacionats amb el programa.

Vides de calidoscopi BCN també comptarà amb una pàgina de *Facebook* on es trobi informació sobre el programa; s'avanci contingut dels propers programes i alimenti el *feedback* amb els telespectadors ja sigui penjant vídeos sobre el programa o penjant fotografies dels protagonistes de les històries que s'expliquen.

Per últim, s'obrirà una pàgina web perquè els telespectadors puguin mirar online tots els episodis del programa. El secret de la web però, serà un espai on els protagonistes de les històries podran explicar la seva experiència de participació en el programa i/o donar més informació sobre la forma de vida, les seves preocupacions, els seus somnis i il·lusions. L'objectiu és que hi hagi *feedback* constant entre els protagonistes de les històries i els ciutadans perquè, al cap i a la fi, tots ells són persones anònimes que viuen a Barcelona. Molts ciutadans es poden sentir identificats amb el que s'exposa al portal. La pàgina web, per tant, seria una porta d'entrada per a tots aquells ciutadans que volguessin explicar la seva història.

DAFO: A fi i efecte d'analitzar la viabilitat del projecte s'adjunta una matriu DAFO on es mostren debilitats i fortalezes internes i la situació externa (amenaces i oportunitats) del projecte en qüestió.

<p>DEBILITATS</p> <p>Equip amb poca experiència en programes documentals</p> <p>Pocs recursos econòmics i tecnològics</p> <p>Curriculums de l'equip poc avalats professionalment</p> <p>Dèficit de personal</p>	<p>AMENACES</p> <p>Competència de programes semblants com <i>No serà fàcil</i> de TV3</p> <p>La temàtica d'alguns capítols pot no resultar atractiva pels telespectadors</p>
<p>FORTALESES</p> <p>Equip jove amb molta sensibilitat i compromís social</p> <p>Dinàmica de treball basada en la distribució de tasques en funció de les competències professionals i personals de cada integrant de l'equip</p> <p>Flexibilitat i disponibilitat horària</p> <p>Agilitat en la gestió del canvi</p>	<p>OPORTUNITATS</p> <p>L'augment de l'ús de les xarxes socials potencia la divulgació d'aquest programa</p> <p>Format de programa que genera empatia entre telespectadors i protagonistes</p> <p>Èxit d'audiència dels programes de televisió en els que els protagonistes són ciutadans</p> <p>Localització del programa en una ciutat atractiva</p> <p>Format de programa fàcil d'adaptar a altres ciutats</p> <p>Varietat temàtica atractiva que arriba a diferents menes de públic, possibilitant l'interès dels anunciant</p>

Mètode de producció: coproducció. Producció anticipada, exterior, mono càmera, seriada i gravada

Pressupost : cost total primera temporada: 99.272,84€ / cost per episodi: 8.272,73€

7.2 Oferta actual de programes documentals

Nom del programa	Televisió	Periodicitat	Dia i hora d'emissió	Durada
Arts i oficis	TV3-Canal33	setmanal	dijous 22.35h	29 minuts
Collita pròpia	TV3	setmanal	diumenge 22.35h	50 minuts
Karakia	TV3-Canal33	setmanal	dilluns 22.00h	35 minuts
Sense ficció	TV3	setmanal	dimarts 22-23.00h	50 minuts
Cronos	TV3-Canal33	setmanal	divendres i dissabtes entre les 23h i 0.00h	40-50 minuts
El documental	TV3-Canal33	setmanal	Dijous 23-23.00h	50-60 minuts
No serà fàcil	TV3	setmanal	dimecres 22.30h	40 minuts
Entre veïns	BTV	setmanal	dilluns 10h	40-50 minuts
Doc's	BTV	setmanal	dissabte 21h	30 minuts
La galeria dels oficis	BTV	setmanal	divendres 21.30h	30 minuts
Històries particulars	25TV	setmanal	dimecres 17.00h	20 minuts
Èxit	8tv	setmanal	dissabtes 14.20h	30 minuts

L'oferta de programes documentals en emissió és força variada. Des de programes com *Karakia* que, a partir de la tradició culinària, tracta d'acostar als espectadors els nouvinguts de Catalunya fins a programes com *La Galeria dels oficis* i *Arts i oficis* que, tot i tenir diferències de format, ambdós ens fan un retrat dels oficis de Barcelona.

Històries particulars, *Entre veïns* i *No serà fàcil* tenen el mateix denominador comú, expliquen històries de personatges anònims. *Històries particulars* mostra històries paral·leles amb diferents maneres d'afrontar un mateix repte; *Entre veïns* explica la vida dels barris a partir dels seus veïns i *No serà fàcil* acompanya la gent en el moment en què la seva vida està a punt de fer un canvi. Tots tres programes són competència directa de *Vides de calidoscopi BCN*. Tot i això, el projecte presentat es diferencia dels anteriors. *Vides de calidoscopi BCN* retrata la vida de Barcelonins i d'espais característics de la ciutat. A partir d'una localització de la ciutat es dibuixaran les dues vides creant contrastos i metàfores. A més, es treballarà molt el *feedback* amb els telespectadors. La idea és que protagonistes dels programes i ciutadans puguin compartir interessos, preocupacions, somnis i il·lusions. Aquesta serà la clau del programa.

7.3 Preproducció

7.3.1 Primera temporada

Tal i com ja s'ha esmentat, *Vides de calidoscopi BCN* presenta dues històries entrelaçades localitzades en un espai concret de Barcelona. A continuació es detallen totes les localitzacions de la primera temporada així com una mostra de les històries que tindrien cabuda.

LOCALITZACIÓ 1- BARRI DEL RAVAL

- Marta Ribes, Marta de Marte

La Marta és una dona afectuosa, alegre i senzilla. Viu en uns baixos del carrer Botella, al barri del Raval de Barcelona. Pallassa de professió, s'ha recorregut mitja Europa, dins d'una furgoneta, arrencant somriures. Va estudiar dansa clàssica però fruit de l'atzar entra com a clown en Els Comediants i, des d'aleshores, no ha parat de formar-se i treballar com a pallassa. El seu somni és trencar amb la visió estereotipada que tots tenim dels pallassos: nas vermell, rínxols i humor absurd. Per ella ser clown és " el arte de alejarnos de lo que es mundano". Toca la concertina, fa malabars, funambulisme i dansa. El millor de la seva professió fer riure a la gent, el pitjor ser el centre d'atenció.

- Aníbal Lírícia

L'Aníbal és un noi canari de 26 anys que va venir a Barcelona per amor, després d'haver viscut a Gran Bretanya i Madrid. Fa quatre mesos que canta rap al metro de Barcelona i així es guanya la vida. Aquest és el seu modus vivendi. Ha provat de treballar en altres coses però no és feliç. La seva passió, el rap. El seu color preferit: el vermell. Acostuma a vestir de vermell i a cantar a la línia vermella, diu canta en totes, però que a la vermella li ha agafat afecte. Canta al metro perquè diu que necessita despertar i animar a la gent

LOCALITZACIÓ 2- SUPERMERCAT

-Mercadona del carrer Calàbria

Home nigerià que ve a Barcelona somiant en una vida millor. Arriba al 2003 i fins al 2008 treballar de manipulador a Panrico. Al 2008 es queda sense feina i ara demana almoïna davant del supermercat Mercadona del carrer Calàbria. La seva dona viu amb ell a Barcelona; els seus fills són a Nigèria. Divendres vint-i-set de febrer ha de marxar del seu pis perquè no pot assumir el lloguer de 450€.

- Treballadora del Mercadona del carrer Calàbria

La Yaiza és una noia de vint-i-quatre anys que compagina estudis i feina. Està en l'últim any del grau superior en Imatge per al Diagnòstic i als caps de setmana treballa al Mercadona per poder-se mantenir i pagar el lloguer d'un pis que acaba d'adquirir amb una amiga seva. Fins ara vivia a Cubelles amb la seva família però tenia ganes de marxar de casa i instal·lar-se a Barcelona.

LOCALITZACIÓ 3- LACAIXA

- Jesús Costa

En Jesús és un home de mitjana edat que viu a la cantonada del carrer Villarroel amb Consell de Cent en una oficina de La Caixa. Allà hi té muntada una paradeta de llibres de segona mà. Tot va començar fa dos anys quan va ser expropiat de casa seva, la seva zona de residència estava afectada per l'arribada del tren d'alta velocitat a l'estació de La Sagrera. A partir d'aquell moment un cúmul de desgràcies el persegueixen i acaba sense família i vivint al carrer.

- Joan Gómez

En Joan és empresari de la gran multinacional PepsiCo. Per ara la crisi econòmica el deixa viure. Fa dos anys però, també es quedà sense feina amb dos fills al càrrec i dos pisos per mantenir. Un any difícil, amb molts nervis i tensions però que però sort ja ha deixat enrere. En Joan és un home treballador i constant que sempre ha hagut de treure's les castanyes del foc. Fa esport: natació i ciclisme i és un enamorat de la ràdio i del periodisme d'investigació.

LOCALITZACIÓ 4- ESCALA DE VEÏNS

- Maria Cara

Maria Cara, 71 anys, més de 45 anys vivint al barri de Sant Andreu. Ella i el seu marit, Jorge Ferrer, tenen el seu pis més que pagat, el problema ve quan decideixen avalar a la seva filla. Porten cinc anys pagant el deute que té la seva filla amb el banc. Ara però, s'han quedat sense diners. El seu marit està malalt i només cobren la pensió d'ell, 733€. Maria Cara demana donar el pis per saldar el deute i marxar a un pis de lloguer social. De moment, el lloguer social que li han ofert és de 275€/mes, quantitat que ella no pot assumir.

- La vida de la Maria Cara es podria entrellçar amb la història d'un veí seu. La idea d'aquesta localització seria començar l'episodi amb una reunió de veïns i a partir d'aquí conèixer la situació de la Maria Cara i la d'un altre veí de l'escala.

LOCALITZACIÓ 5- METRO DE BARCELONA

LOCALITZACIÓ 6- HOSPITAL

LOCALITZACIÓ 7- COMERÇ-MERCERIA SANTA ANNA

LOCALITZACIÓ 8- PLATJA DE BARCELONA

LOCALITZACIÓ 9- MENJADOR SOCIAL

LOCALITZACIÓ 10- CAFÈ TEATRE LLANTIOL

LOCALITZACIÓ 11- XOCOLATERIA DEL CARRER PETRITXOL

LOCALITZACIÓ 12- UNIVERSITAT DE BARCELONA

7.3.2 Calendari de treball

En l'etapa de la preproducció és important elaborar un calendari de treball que serveixi de guia per a tota la producció. És per això que es mostra el calendari de la primera temporada així com el calendari del primer episodi per demostrar tots els passos que s'han seguit.

Calendari de la primera temporada

PREPRODUCCIÓ	PRODUCCIÓ	POSTPRODUCCIÓ
Gener-Febrer 2015	Març-Abril 2015	Maig 2015- Setembre

Primer episodi

PRE-PRODUCCIÓ (Gener-Març)	
Elaboració del guió	
Contacte amb els personatges	
17.02.2015	Entrevista amb Maria Cara
20.02.2015	Petita entrevista a peu de carrer amb l'home nigerià del Mercadona; primer contacte amb Aníbal
25.02.2015	Entrevista telefònica amb l'Anibal; primer contacte amb MartadeMarte
5.03.2015	Entrevista amb MartadeMarte
09.03.2015	Primer contacte amb la Yaiza
23.03.2015	Entrevista amb Yaiza
24.03.2015	Entrevista amb Marta de Marte-establim dies de rodatge
25.03.2015	Primer contacte amb en Jesús i en Joan
27.03.2015	Entrevista amb Aníbal
Contracte equip de treball: Núria Pulido (càmera); Carla de Pouplana (sonidista)	
Contracte de material de gravació	
Establiment dates de rodatge	
Petició de permisos de gravació	
PRODUCCIÓ (Abril-Maig)	
02.04.2015	Rodatge amb la MartadeMarte
25.04.2015	Rodatge amb la MartadeMarta
29.04.2015	Rodatge amb Aníbal
POST-PRODUCCIÓ (Maig)	
Classificació i ordenació de material	
Premuntatge	
Músiques i so	
Muntatge definitiu	
Mescles	

7.3.3 Pla de rodatge

A continuació, s'adjunten dos plans de rodatge, un per cada personatge del episodi, que s'han elaborat per a la realització del primer episodi.

Vides de calidoscopi BCN

Primer episodi- LOCALITZACIÓ1: Raval

Dijous 2 Abril 2015

Jornada: 11.30-15.00h

Preparats per rodar: 12.00h

Previsió meteorològica : assolellat

Citació: 11.30h

Lloc de citació: bar Mendizábal

Temp. máx/min: 18/12

Hora	Espai	Seqüència	Sinopsis	Personatges	Àudio
12.h	Mercat de la Boqueria	0	Marta compra olives i magranes	MartadeMarte	So ambient
12.45h	Carrer Botella, Raval	8	Entrant i sortint de casa seva	MartadeMarte	So ambient
13-14.45h	Casa de la Marta	2	Marta desfà la compra	MartadeMarte	So ambient
		2	Marta cuina tomàquets secs		Veu en off de la Marta
		2	Marta mirant ordinador		
		6	Marta ensenya àlbums de fotos		

Vides de calidoscopi BCN

Primer episodi- LOCALITZACIÓ1: Raval

Dimecres 29 Abril 2015

Jornada: 9.30-13.00h

Preparats per rodar: 10.00h

Previsió meteorològica : assolellat

Citació: 9.30h

Lloc de citació: plaça Universitat

Temp. máx/min: 22/16

Hora	Espai	Seqüència	Sinopsis	Personatges	Àudio
10h	Jardins Universitat Barcelona	12	Entrevista	Aníbal	So ambient i declaracions del Aníbal
11h	Jardins Universitat Barcelona	5	Una de les aficions de l'Aníbal és la lectura	Aníbal	So ambient
11.15-11.45h	Cafè i cartes del Tarot	recurs	Per matar el temps mort l'Aníbal sovint tira les cartes del tarot	Aníbal	So ambient
12-13h	Metro de Barcelona: L1	10	L'Aníbal rapeja al metro	Aníbal	So ambient i veu del Aníbal cantant

7.3.4 Sinopsis i guió del primer episodi

En aquest primer episodi coneixerem la vida de la Marta Ribes (MartadeMarte) i l'Anibal R.D (Aníbal Liricida). Tot dos viuen a Barcelona i de l'art. Enamorats del barri del Raval ambdós tenen una professió artística. La Marta treballa amb el seu cos i amb el poder de les expressions i del somriure. L'Aníbal escriu cançons amb ritmes i sons.

Tots dos es dediquen al que volen i no necessiten gaire per ser feliços. Treballen com volen i quan volen sempre amb la voluntat de fer somriure a la gent i sacsejar-la; despertar-la del vaivé que produeix la vida monòtona que molts portem: estudis, feina, fills i guanyar diners.

El documental mostrarà ambdós personatges en la seva vida quotidiana. La Marta cada dijous compra al Mercat de la Boqueria, li agrada cuinar i està enamorada del Joli i la Nina, els seus dos gats. Sovint els observa durant hores i afirma aprendre molt d'ells. Per tant, la primera part del documental es mostraran aquestes accions quotidianes intercalades amb les del Aníbal: lectura de tarot, classes de boxa o prenent el sol en algun racó de Barcelona. Algunes d'aquestes escenes ens portaran a la seva vida laboral: la Marta com a clown i l'Aníbal rapejant al metro. Per tant, la segona part del documental mostrarà la seva vessant més artística i que constitueix la part més interessant de la peça: dues professions peculiars i inusuals.

Seqüència	Durada	Guió	Imatge	So	Localització
0	1min	Com cada dijous, la Marta compra al Mercat de la Boqueria	PG Mercat de la Boqueria PM de com la Marta va comprar a les diferents parades PD mans agafant el producte i pagant	Ambient + conversa	Mercat Boqueria
1	50s	L'Aníbal a casa seva es prepara per anar a classe de boxa	PG de casa seva mentre PM preparant la bossa d'entrenar PG Aníbal sortint de casa	Ambient+ música	Casa Aníbal
2	1min	Marta arriba a casa seva i desfà la compra	PG cuina de casa la marta PD treu tomàquets de la bossa PM cuina els tomàquets	Ambient	Casa Marta

3	3 min	L'Aníbal a la classe de boxa. L'entrenador ens explica com és l'Aníbal	PG de la classe PM i PD d'exercicis concrets PM del professor del Aníbal	Ambient + declaració del professor de l'Aníbal	Classe de boxa
4	50 s	Marta amb els seus gats. La seva parella ens explica com és la Marta	PG i PM menjador de casa PMC de la seva parella	Ambient + declaració de la parella de la Marta	Casa Marta
5	40s	Aníbal llegint	PG dels jardins PM Aníbal PD Llibre	Ambient Veu en off de l'Aníbal explicant com són els seus inicis al metro. <i>L'espectador encara no sap a què es dedica l'Aníbal. Creem expectació</i>	Jardins de la UB
6	1min	Marta mira àlbum de fotos de la seva travessia per Europa amb furgoneta fent de clown <i>És l'element que ens introdueix al seu món laboral</i>	PD àlbum	Ambient + veu de la marta	Casa Marta
7	3min	Marta fent de clown: <i>Papanatas Band</i>	PG de tot l'espectacle	Ambient	Igualada

8	15s	Marta ja a Barcelona torna a casa després de l'espectacle	PG del carrer de la Marta	Ambient	Carrer Botella Raval
9	10s	Marta agafa el metro de Barcelona <i>Donem pas a l'Aníbal</i>	PG entrada metro plaça Universitat	Ambient	Plaça Universitat
10	3min	Aníbal cantant al metro	PG des de dins del vagó del metro PM de com entra l'Aníbal	Ambient	Metro
	20s		PM de l'altaveu	Ambient	
			PD encén l'altaveu		
			PG Aníbal cantant		
			PG reaccions PM Aníbal interacciona amb la gent	Ambient	
			PD sac de diners PM gent posant-hi monedes		
11	2min	Entrevista a la Marta	PMC	Declaracions de la Marta. <i>Ens explica la seva feina i reflexiona sobre la importància de dedicar-te a alguna cosa que realment t'ompli</i>	Al carrer vestida de pallaso
12	2min	Entrevista Aníbal	PMC	Declaracions de l'Aníbal. <i>Explica a què es dedica i perquè</i>	Jardins UB

13	1 min	S'intercalen declaracions d'ambdós personatges	PMC	Declaracions de la Marta i l'Aníbal	Metro i carrer
14	1 min	<i>Fossa negra Cançó de l'Aníbal fent una reflexió sobre la importància de tenir un esperit crític, ser optimista i valorar el petits detalls de la vida</i>			

7.3.5 Pressupostos

Els pressupostos de la primera temporada de *Vides de calidoscopi BCN* s'han desglossat en tres apartats: preproducció, producció i postproducció. S'han elaborat a partir dels criteris de producció d'una productora de documentals i de l'especificitat del programa en qüestió. Per fer-ho, s'han seguit els criteris de l'Alfonsi Vega, gerent de Maragda Mediàtica, una empresa especialitzada en la producció audiovisual.

PREPRODUCCIÓ	COST UNITAT	NÚMERO	COST TOTAL
GUIÓ			
Esriptura guió	200 €	12 episodis	2.400 €
Localització històries (sou + 40% SS)	800 €	1 mes	1.120 €
Transport	52,75 €	1 mes	52,75 €
COST			3.573 €

PRODUCCIÓ			
RODATGE (SOUS EQUIP)+ SS			
Operador càmera- il.luminació	150 €	40 dies	6.000 €
Sonidista	150 €	40 dies	6.000 €
Realitzador	2.250 €	8 mesos	18.000 €
Productor	2.250 €	8 mesos	18.000 €
COST			48.000 €

MATERIAL TÈCNIC DE RODATGE			
CÀMERES			
Camèra (Canon EOS 5D)			
Carregador bateria Canon			
Trípode (Sachtler DV-8)			
IL.LUMINACIÓ			
Equip il.luminació			
SO			
Micro de perxa			
Micro de corbata			
Gravadora audio Zoom H4N			
Claqueta			
Paravent zepelín Sennheiser			
Auriculars (SONY ZX660AP)			
ALTRES			
Lector targetes Lexar			
Targetes de memòria (Sandisk 32GB)			
COST			7.195 €

	COST UNITAT	NÚMERO	COST TOTAL
DIETES I DESPLAÇAMENTS			
Dietes	80 €	40 dies	3.200 €
Transport públic	10 €	8 mesos	80 €
Gasolina	200 €	1 cotxe	200 €
Imprevistos	50 €		50 €
COST			3.530 €

POSTPRODUCCIÓ

MUNTATGE			
Sala d'edició + Sou muntador	4.800 €	4 mesos	19.200 €
Disc durs	94,95 €	4 mesos	379,80 €
MÚSIQUES			
Sintonia	300 €	1 episodi	300 €
Música dels capítols	600 €	12 episodis	7.200 €
DESPESES EXTRES	100 €	4 mesos	400 €
COST			27.480 €

ALTRES DESPESES

PÀGINA WEB			
Domini + hosting	58 €		58 €
Redactor online	920 €	3 mesos	2.760 €
OFICINA			
Lloguer	600 €	8 mesos	5.400 €
Trucades + internet	40 €	7 mesos	280 €
Despeses administratives	1.000 €		1.000 €
COST			9.498 €

COST TOTAL PRIMERA TEMPORADA (IVA INCLÒS)	99.275,94 €
COST PER EPISODI (IVA INCLÒS)	8.273,00 €

7.3.6 Propostes de coproducció

Vides de calidoscopi BCN encaixaria dins l'oferta de programes de Televisió de Barcelona donada la seva voluntat de servei públic i de proximitat. Barcelona Televisió inicia les seves emissions el 3 de novembre de 1994 des dels estudis ubicats a la Via Laietana de Barcelona amb la voluntat de ser una televisió de proximitat amb una programació de qualitat i amb especial interès per la cultura i la participació ciutadana. *Vides de calidoscopi BCN* és també un programa de proximitat, adreçat als barcelonins, i que fomenta la participació ciutadana.

L'Ajuntament de Barcelona gestiona el servei públic de televisió local a través de l'empresa municipal Informació i Comunicació de Barcelona. BTV inaugurarà la programació amb un informatiu de mitja hora i des d'aleshores sempre ha tingut una aposta clara per la informació d'actualitat. Tot i que la seva graella de programació també té espai pel gènere documental amb programes com La galeria dels oficis, Doc's i Entre veïns.









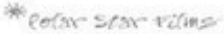









L'any 2004 Barcelona Televisió va començar una nova etapa amb l'emissió de 24 hores seguides de programació i el trasllat, el setembre del 2005, a una nova seu situada al cor del barri tecnològic de Barcelona, el 22@.

Per tant, BTV podria ser una opció alhora de coproduir *Vides de calidoscopi BCN*. Tanmateix, Miquel Terren, director d'Antena i Continguts de BTV afirma que actualment Barcelona Televisió no participa habitualment en coproduccions i, per tant, l'experiència en aquest àmbit és residual i poc significativa. Segons L'informe dels *Comptes Anuals i Informe de Gestió de l'exercici 2014* el 70% dels programes de BTV són de producció pròpia (38% pròpia i 32% en règim d'associada) i el 30% restant són programes de producció aliena.








Per altra banda, *Vides de calidoscopi BCN* també encaixaria dins l'oferta de programes de TV3. La seva programació s'inspira en principis propis d'un mitjà públic: compromís amb els valors socials i democràtics, el pluralisme i servei als ciutadans. En aquest sentit, *Vides de calidoscopi BCN* promou valors socials com el respecte i la tolerància cap a la diversitat o el sentiment de comunitat i cooperació. *Vides de calidoscopi BCN* s'acosta al ciutadans oferint històries quotidianes amb les que qualsevol barceloní es pot sentir fàcilment identificat.

Cristina Clotet Muñoz, cap d'Antena i Programació, planteja dues opcions. En primera lloc, una producció interna, és a dir, que el departament de Documentals i Nous Formats, amb prèvia selecció del projecte, accedís a produir-lo. Una segona opció seria una producció associada, és a dir, una col·laboració entre TV3 i una productora. En aquest sentit el projecte hauria de ser proposat per una productora. És per això que a continuació s'adjunta el llistat de productores associades a Pro-docs, l'associació professional de productores especialitzades en el sector documental de Catalunya.

Productores associades a Pro-docs

7.4 Producció

Per fer tota la producció del programa s'han establert quaranta dies de rodatge. Això es tradueix en un o dos dies de rodatge per personatge. L'assignació del número de dies es fa en funció de la vida dels personatge. Si per mostrar-la s'han de gravar molts espais o aquests estan a molta distància se li assignaran dos dies. En el cas del primer episodi (localitzat al Raval amb la història de la Marta i del Aníbal) s'han destinat dos dies de rodatge, un per personatge.

7.5 Post-producció

Abans de començar amb el muntatge de la peça, un teaser del primer episodi de la sèrie documental, s'han transcrit les entrevistes amb un time code per després poder agafar aquelles decles més adequades per construir el relat (veure annex 10.4). El muntatge s'ha dut a terme amb el programa Adobe Premier Pro CS5. Els canvis de plans són per tall exceptuant algun una fossa encadenada la primera vegada que es canvia de personatge i foses a negre quan es canvia de seqüència. En tot moment hi ha so ambient i les decles del personatges en forma d'entrevista i/o veu en off. La versió instrumental de la cançó *Flicker* del grup Atmosphere serà la música que acompanyarà aquest teaser.

8. Aprenentatge

Aquest projecte audiovisual m'ha servit per posar en pràctica tots els coneixements adquirits durant els quatre anys del grau de periodisme. Amb l'elaboració d'un programa de televisió des de la concepció de la idea fins a la seva realització he après a planificar un projecte audiovisual amb tota la seva complexitat. Per tant, m'emporto una visió holística de tot el procés.

La planificació i el treball constant han estat dos aspectes clau per l'elaboració d'aquest treball. Un projecte que inclou les tres fases de producció i conté tan aspectes teòrics com tècnics i pràctics necessita una bona organització.

Per altra banda, he identificat les funcions de cadascun dels professionals que intervenen en la producció d'un programa de televisió. D'aquesta manera he hagut de posar-me en el pell de cadascun d'ells a mesura que el projecte anava avançant. Fins i tot, en ocasions, he hagut d'interpretar dos rols a la vegada. En aquest sentit, m'he sentit molt còmode en la direcció i la producció. En canvi, he comprovat que em falten coneixements tècnics, en matèria audiovisual, per poder abordar un rodatge.

Per tal que el projecte professional fos el més real possible he elaborat el guió de la primera temporada de *Vides de Calidoscopi BCN* i, per tant, he buscat històries de gent anònima de Barcelona. Aquest exercici de recerca m'ha ajudat a vèncer la por de preguntar al desconegut i endinsar-me en la vida de l'altre. A tothom li agrada ser escoltat i que empatitzis amb els seus mal de caps. A més, he contactat amb una productora i una empresa de lloguer de material audiovisual perquè m'orientessin en tema pressupostari i amb els caps d'antena i programació de BTv i TV3 per veure les fórmules de producció actuals. Amb això, he constatat que qualsevol idea de programa s'ha d'adaptar a les especificitats de cada cadena i, sobretot, a uns pressupostos escassos. El fet de valorar la viabilitat econòmica i estudiar les possibles cadenes de televisió que podrien emetre el programa en qüestió m'han aportat una altra visió que, fins ara, amb els treballs universitaris no havia tingut en compte. Ara sóc conscient que el factor econòmic és fonamental alhora de plantejar un projecte.

En aquest treball no només he après a planificar sinó a prendre decisions constantment, sense tenir la certesa absoluta de que la decisió que estava prenent era la correcta. Un altra habilitat adquirida ha estat gestionar els canvis. Al llarg d'una producció poden sorgir imprevistos que has d'anar resolent de la millor manera possible, buscant alternatives o segones solucions. A més, s'ha de tenir en compte que el guió del documental no és tancat com el de la ficció, per tant, es modifica fins a l'últim moment.

Plantejar i dur a terme un projecte professional tenint en compte tots els actors que formen part de l'entramat audiovisual ha estat un repte però alhora una experiència enriquidora. He posat en pràctica els coneixements acadèmics i n'he adquirit de nous del món professional. Per tant, estic segura que el bagatge adquirit em serà profitós per la meua vida professional.

9. Bibliografia

Aced, Cristina. *Cómo influyen las menciones en redes sociales en la audiencia de TV*. Publicat octubre 2012 <http://cristinaaced.com/blog/2013/10/21/como-influyen-las-menciones-en-redes-sociales-en-la-audiencia-de-tv/> [Consultat 30.03.2015]

Barcelona Televisió
<http://www.btv.cat/info/quisom/> [Consultat 14.03.2015]

Barroso, Jaime. *Realización de documentales y reportajes: técnicas y estrategias del rodaje en campo*. Editorial Síntesis. Madrid 2009 ISBN: 9788497566445

Canals de televisió a Catalunya
http://mitjansdecomunicacio.gencat.cat/ca/temes/televisio/canals_de_televisio_a_catalunya/
[Consultat 14.3.2015]

Corominas, Maria. *Televisió local a Catalunya*. Barcelona 2009. Institut d'Estudis Catalans: Secció de filosofia i ciències socials. ISBN: 978-84-92583-43-0
<http://www.portalcomunicacion.com/ocl/download/Corominas.pdf> [Consultat 14.3.2015]

Corporacio Catalana de Mitjans Audiovisuals www.ccma.cat/corporatiu/ca/el-grup
[Consultat 14.3.2015]

Cury, Ivan. *Dirección y producción en televisión. Un enfoque basado en el formato*. 2007 Escuela de cine y vídeo. ISBN: 978-0-240-80827-7

El futuro de la televisión está en las redes sociales. Publicat maig 2012. ABC. Secció tecnologia
<http://www.abc.es/20120525/tecnologia/abci-futuro-televisio-esta-redes-201205251314.html>
[Consultat 28.03.2015]

Ferrer, Josep Ramon. *La convergencia tecnológica un estado en cuestión*. Quaderns del CAC 31-31. Convergència tecnològica i digital. 2009 http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q31-32_ES.pdf [Consultat 28.03.2015]

Guimerà, Josep Àngel. *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions* (1976-2006). Bellaterra 2006. ISBN: 978-84-690-7159-5
https://www.cac.cat/pfw_files/cma/premis_i_ajuts/treball_guanyador/Televisi_Local_Catalunya_XIX_Premis_CAC.pdf [Consultat 14.3.2015]

Guimerà, Josep Àngel i Blasco, Joaquín. *Televisiónes autonómicas: evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Capítol 3: *La formación histórica del sistema televisivo autonómico en España (1982-2011)*. Editorial Gredisa. Barcelona 2012. ISBN:9788497847254

L'informe dels *Comptes Anuals i Informe de Gestió de l'exercici 2014*. Informació i comunicació de Barcelona S.A. Barcelona 2014 http://www.btv.cat/wpcontent/uploads/2015/04/2574_001.pdf
[Consultat 5.05.2015]

Lorente Cano, M. *Social TV en España: concepto, desarrollo e implicaciones*. Cuadernos de Gestión de Información. 2011
revistas.um.es/gesinfo/article/download/207531/166181 [Consultat 30.03.2015]

Mascardi, Juan. *Televisión y redes sociales: la hora del hiperzapping*. Publicat setembre 2012
<http://revistareplicante.com/television-y-redes-sociales> [Consultat 30.03.2015]

Mitchell, K.; Jones, A.; Ishmael, J.; Race, N. J. P. *Social TV: Toward Content Navigation Using Social Awareness*. 2010. Pàg 283-291 <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1809833> [Consultat 30.03.2015]

Nichols, Bill. *Introduction to documentary*. Bloomington : Indiana University Press. 2001
ISBN:0253214696

Nichols, Bill. *La representación de la realidad. Cuestiones y Conceptos sobre el documental*. Cap.1-2
Barcelona. Paidós comunicació 1997 ISBN: 84-493-0435-0

Pro-docs <http://www.pro-docs.org/catal%C3%A0/productores-associades/> [Consultat 20.03.2015]

Sellés, Magdalena. *El documental*. Editorial UOC. 2007 ISBN:978-84-9788-659-8

TV: The impact of tweeting with photos, videos, hashtags and links
<https://media.twitter.com/best-practice/tv-the-impact-of-tweeting-with-photos-videos-hashtags-and-links> [Consultat 28.03.2015]

Tweeting behind-the-scenes content: TV
<https://media.twitter.com/best-practice/tweeting-behind-the-scenes-content-tv>
[Consultat 28.03.2015]

Tendències en l'explotació en tv social i segones pantalles. MAC 2014 <https://vimeo.com/97442419>
[Consultat 28.3.2015]

VVAA. *Principios básicos de producción en televisión*. Autores: Julio moreno Díaz, Elena Medina de la Viña, Eva Fernandez Manzano, Rafael Linares Palomar. OMM Editorial 2na edició 2014. ISBN: 978-84-941606-9-1

Violan, Enric. *Com fer un programa per a televisió: l'elaboració del projecte, de la idea a l'emissió*. Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona, 2008. ISBN: 978-84-475-3347-3

El 62% de los internautas usa otro dispositivo a la vez que la televisión de manera habitual. Publicat octubre 2013
<http://tcanalysis.com/blog/posts/el-62-de-los-internautas-usa-otro-dispositivo-a-la-vez-que-la-television-de-manera-habitual> [Consultat 30.03.2015]

10. Annexos

10.1 Teaser

El resultat del present projecte professional és un teaser de tres minuts que mostra les facetes dels protagonistes del primer episodi de *Vides de Calidoscopi BCN*. En primer lloc, es veu la Marta comprant al mercat de la Boqueria amb la seva veu en off que va explicant el que més li agrada de la seva feina. Després es mostra el segon personatge, l'Aníbal, mentre llegeix als jardins de Plaça Universitat. La seva veu, també en off, va explicant com van ser els seus inicis cantant al metro. En segon lloc, i un cop presentats els personatges, veiem pinzellades de la seva feina: la Marta actuant i l'Aníbal rapejant al metro. Aquestes imatges s'intercalen amb declaracions d'ambdós personatges.

A l'enllaç següent es pot veure el teaser de *Vides de Calidoscopi BCN*

https://www.dropbox.com/home?preview=Vides+de+calidoscopi_teaser.mp4



10.2 Currículum de l'equip

Tanit de Pouplana



Guió, producció, direcció i realització. Estudiant de quart de Periodisme a la Universitat Autònoma de Barcelona i redactora de la revista de Cap a Peus. Pràctiques en el programa Espai Terra de TV3 com a càmera, redactora i editora. Aficionada a l'esport i a la dansa. Codirectora del documental "MirArte".

Núria Pulido



Operadora de càmera. Estudiant de quart curs de Periodisme a la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Experiència com a cronista i speaker en l'àmbit esportiu. Pràctiques a Barcelona Televisió com a càmera, redactora i editora. Nocions bàsiques d'edició i muntatge i afició a la fotografia. Codirectora del documental "Viure amb banda sonora".

10.3 Mostra autorització de drets d'imatge

CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

Yo Anibal Ruiz Diaz

DECLARO QUE

Soy conocedor/a de que estudiantes de la Universidad Autónoma de Barcelona han grabado mi imagen y/o voz para un documental con título provisional "Vides de calidoscopi" y estoy totalmente de acuerdo con ello. Así pues, cedo gratuitamente mis derechos de imagen para que puedan utilizar mi imagen y mi voz en este documental que forma parte del proyecto final de carrera.

Y para que conste lo firmo:

Firma: Anibal Ruiz Diaz Fecha: 29/4/2015

Teléfono y/o mail de contacto: arturo-iricida@hotmail.com

CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

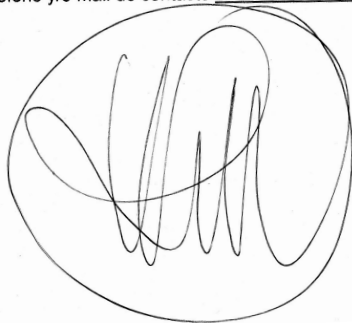
Yo Martademarte

DECLARO QUE

Soy conocedor/a de que estudiantes de la Universidad Autónoma de Barcelona han grabado mi imagen y/o voz para un documental con título provisional "Vides de calidoscopi" y estoy totalmente de acuerdo con ello. Así pues, cedo gratuitamente mis derechos de imagen para que puedan utilizar mi imagen y mi voz en este documental, que forma parte del proyecto final de carrera.

Y para que conste lo firmo:

Firma: _____ Fecha: 2.V.2015
Teléfono y/o mail de contacto: martademarte@
martademarte.com



10.4 Transcripció entrevistes

Aníbal Lirícida

¿Cuándo nace tu pasión por el rap?

Desde muy pequeño siempre he sido muy curioso y la verdad es que he tenido la suerte de tener muchos hermanos mayores. Ellos han escuchado mucha música y yo, al ser el quinto, he estado muy influenciado por ellos. Con unos diez, once años, me llegaban ese tipo de estilos musicales a parte del rap: reggae, flamenco y, desde muy pequeño, empecé a escuchar El club de los Poetas Violentos. Mucha música que yo no digerí, en un primer momento, pero luego con el tiempo se fue asentado y fue creando la base de lo que hoy sería mi dedicación y lo que realmente me apasiona (min. 1.09).

¿Qué es para ti la música?

En este momento es mi identidad. De alguna manera, es lo que me hace tener los pies en el mundo. A parte de que es mi identidad es un puente hacia otros planos, por así decirlo. Es lo que me conecta con el mundo, con la tierra, con poder comunicarme con las personas y como la máscara que tengo y, a la vez es también la forma de quitarme esa máscara (min. 1.45) y de sacar cosas que tengo dentro de mí y, que de otra manera, no se cómo podría hacerlo. Seguramente sí, pero aún no lo he descubierto porque me apasiona tanto que a lo mejor no he descubierto que se me da bien la pintura o la escultura o que sé yo. Básicamente es mi identidad y un puente hacia mí mismo (min. 2.04).

(Li faig repetir la pregunta perquè en la seva resposta inclogui la pregunta). Bueno **la música para mí sería algo así como mi identidad** en este momento de mi vida. Es lo que me conecta con la tierra y de alguna manera me hace despejar. **También sería como un puente hacia mí mismo y hacia las demás personas. Una forma de comunicarme** puesto que es la forma con la que he descubierto que conecto conmigo y con los demás. También es una forma de quitarme ciertas máscaras. A parte de ser una máscara en sí. **Es como una búsqueda espiritual a través del ego.**

¿Por qué cantas?

(min 3.00) Ciertamente canto por el hecho de sacar parte de mí que suelen estar bastante ocultas, que no diría abiertamente. Sin embargo, **al ponerle algo de poesía, al rapear puedo expresar rabia sin tener miedo a ser juzgado porque es mi forma de hacer arte o puedo quemar el mundo, si quiero, o puedo reconstruirlo en verso o puedo matar a quien quiera en rima siendo totalmente lícito.** Y de esa forma puedo desahogar algo que está gritando dentro de mí o simplemente puedo divertirme y comunicar. **Canto, en cierto modo, para encontrarme con mi parte más esencial y también para comunicarlo con los demás.**

¿Cómo fueron tus inicios?

Empecé cantando en el metro de Madrid con unos amigos. Ellos llevaban una guitarra y bueno yo siempre estaba por la calle, rapeando y cantando. **Empecé en unos de los pasillos del metro de Madrid y me pareció tan divertido que la gente se parara que fue como esto me encanta** pero claro eso era más jovencito (min. 4.18) y a lo mejor pues estaba con la música pero tampoco tenía esa necesidad de, me buscaba la vida de otras maneras, ya trabajaba y hacía otras historias pero al hacerme más adulto comprendí que: si quiero estar en este mundo tengo que pertenecer a este mundo, o sea tengo que trabajar o ganarme la vida de alguna manera y **entendí que la música me da libertad. Yo no quiero estar esclavizado por eso decidí ser mi propio jefe entrando en el metro y permitiendo que la gente agradeciera con una moneda, con una sonrisa, con una palmada en la espalda, con un proverbio chino, que agradeciera** buenamente lo que ellos vieran justo.

¿Los pasajeros del metro son buen público?

La gente del metro es muy buen público. Ellos no esperan a que entre nadie y empiece hacer el loco diciéndoles cosas o improvisando o cantando y, a parte, hay mucha pena siempre en el metro. Siempre entran personas que aunque estén haciendo música **y la música alegra las almas**, están con una cara que realmente está triste, sabes?. Yo para nada quiero transmitir tristeza. Yo no me siento triste. Hago esto porque realmente me gusta, podría estar trabajando o haciendo otra historia pero claro **la música es lo que me apasiona** y creo que la música es el centro de mi vida, **y quiero centrar mi vida en la música** en sí. No quiero estar trabajando de carpintero cuando quiero dedicarle todo mi tiempo a la música y encontré que la forma de hacerlo es cantando a la gente del metro que lo agradece (min. 5.55). Hay momentos en los que claro, no es como entrar en una sala de concierto que la gente está expectante y cuando terminas la gente te aplaude. Allí la gente esta pensando en sus cosas y llega uno y empieza a soltar sus historias, improvisando, te hace reír, te dice algo de ti , **le sacas una sonrisa. Ya les has cambiado el día a alguien. Hay gente que se levanta y te da un abrazo o gente que te dice cosas súper bonitas o cuando te aplaude un vagón entero es como esto es increíble. Yo me emociono**, es como... ¿enserio? Este hombre venía con una cara de amargura que no podía con ella y ahora está sonriendo y me está aplaudiendo, es como... gracias, gracias a ti (min. 6.38).

¿Qué es lo peor de tu trabajo?

Lo peor... Supongo que lo peor, en cierto modo es lo mejor y lo peor, es ser libre. Puesto que, a veces, la libertad no se como dosificarla, soy mi propio jefe y a veces me cuesta arrancar. Como no tengo a nadie que este encima y ésta autodisciplina pues a veces, como es algo muy emocional, tienes que estar muy, con la energía muy alta, muy a gusto para poder expresar a la gente. No siempre estas así y claro es un trabajo que se nota demasiado tu energía y lo peor es cuando tu no estás muy en tu punto culminante de energía que cuesta transmitir a la gente y entras en el vagón. Eso se puede convertir en un poco pesadilla, estás atrapado dentro del vagón, estoy cantando a la gente pero no transmito, la gente no recibe, se queda sin esa chispa. No hay conexión con el público y esos momentos son de ...¡Qué hago aquí!. Tierra trágame. Lo peor es uno mismo y su estado de ánimo bajo que no puede transmitir lo que desearía.

¿Te pones nervioso antes de empezar?

Sí, cada vez que entro porque no sé lo que me voy a encontrar dentro. Hay veces que estoy como muy activo de energía y casi ni lo pienso. Y cuando no pienso es cuando entro más a gusto. Quiero decir cuando estoy esperando y estoy con otras cosas y llega el metro y me meto dentro. Allí enciendo y ya empiezo. Por lo general suelo estar tranquilo pero momentos antes de entrar al vagón me pongo un poco nervioso.

Cantar en el metro. ¿Será siempre tu *modus vivendi*?

No, no voy a estar siempre cantando en el metro, dedicándome a ello para ganarme la vida. Yo también doy conciertos, tengo docs discos, un montón de maquetas y mi objetivo es moverme y llegarle a la gente para que ellos quieran ir a verme. Sin embargo, cuando me apetezca me echaré a la calle y les cantaré, simplemente por el hecho de disfrutarlo y porque realmente me apetece. Y a parte porque creo que es algo necesario. **Creo que en cierto modo es una labor social lo que estoy haciendo y esta bien pagada.** La gente da lo que ellos creen conveniente y yo me siento bien pagado por eso. Pero no creo que esté toda la vida en esto porque también es mucha energía que estoy dando en días en los que no estoy muy motivado.

¿Qué es para ti una sonrisa?

Una sonrisa...**Para mí una sonrisa es medicina** porque las personas cuando están tristes o están deprimidas no les nace sonreír (11.43). Sin embargo, cuando tienes un pensamiento positivo te sale la sonrisa. Es como que está interconectado. Yo creo que también pasa al contrario: cuando tu sonríes es imposible hacer el gestp de sonreír sin acabándote sintiéndote bien. Es como que de alguna manera los músculos de la cara, al sonreír, segregas alguna cosa acabada en -ina y haga que tu cuerpo se sienta relajado. **Creo que el hecho de sonreír nos cura (12.20). Yo con mi música intento transmitir algo que les haga sacar una sonrisa para que en cierto modo se curen a sí mismos de alguna manera.** Ellos son su propios médicos (12.53) pero creo que sí, **una sonrisa es una persona que se esta sanando a sí misma y también es un bonito regalo y un bonito agradecimiento por lo que hago.** Mas que eso... Cuando alguien no tiene algo que dar (13.09) que me sonrisa es como ¡te lo agradezco! Me estas dando existencia, estas dándole valor a lo que hago.

MartadeMarte

Què és el millor de la teva feina?

Si hi ha una cosa que m'encanta de la meva feina és veure el somriure de la gent. La mirada, la mirada que tenen oberta sense preguntar-se res. El públic, la gent. Si ho penses bé posar-te davant del públic et dóna la oportunitat de veure a tots i cadascun d'ells. **Jo em poso al centre per veure les cares. Per veure gent feliç, que ja toca** (min 40.02).

Com arribes a ser clown?

Per un error de càsting. **Mai de la vida havia pensat que jo podia ser pallassa.** És mes, jo no sabia ni que existia, i quan anava al circ, al circ de blanes **em feien una mica de ràbia els pallassos.** Verdaderament hi han estils de pallassos que no els entenc. Jo verdaderament el que volia ser era ballarina, una ballarina de clàssic però després d'estar ballant a l'òpera de París, després d'estar estudiant a Londres al Rudolf Laban, un dia de vacances a Blanes, on viuen els meus pares, m'assabento que hi ha una audició a Can Comediants, a Canet, hi vaig, havia de presentar en un 15 minuts un personatge de creació nostre, del llibre de Les Bèsties i jo m'ho preparo, ben ballat, ben maco. Va ser una audició de tot un dia on també vam haver de parlar en públic. Jo mai havia parlat en públic ni havia pensat de fer alguna cosa còmica ni res d'això, senzillament vaig ballar. I no sé si ho vaig fer molt bé o molt malament perquè em van trucar el dia següent dient-me que entrava amb un grup de cinc persones a treballar amb els Comediants de clown. Sincerament, no tenia molt clar que volia dir ser pallasso i que pallasso era allò que a mi, dels circ de Blanes, m'entristia. No entenia molt bé aquest tipus de personatge. Em va tocar treballar amb ells sense saber que havia passat allà, jo el que sabia fer era ballar. Potser va ser un error, potser la vida. No ho sé. (min.35.34). De totes maneres, balla se'm feia petit. Era tot molt acadèmic: això està bé, allò està malament. I jo tenia les meves idees pròpies. Potser la meva manera de posar-me davant del públic amb les meves idees va ser el que m'empenyís a ser pallassa.

Què és per tu ser pallassa?

Potser és tenir idees pròpies sobre la vida, sobre la filo. Jo defenc un pallasso, no intel·lectual perquè hi ha molt nivells de coneixement però sí defenc un pallasso (min. 36.14) que té decisió, una pallasso que no està automatitzat pel sistema i, verdaderament, entres dins de l'absurd si no vols entrar dins del sistema.

(li faig repetir la resposta perquè inclogui la meva pregunta). Per mi ser pallasso, és molt difícil perquè avui vol dir una cosa i dintre de cinc minuts vol dir un altre i dintre d'una hora vol dir un altre cosa. Tu vas creixent i el significat de les coses va canviant. Quan era petita volia dir una cosa, quan vaig començar a posar-me al carrer fent riure a la gent era una altra i, actualment, ara i aquí, el pallasso és l'última oportunitat de ser intel·ligent en el sentit de deixar l'automatisme, aquesta mania de la programació, això ho has de fer així, aquets edat has de fer allò altre, assolir unes fites, aprovar uns exàmens per ser alguna cosa de profit. Jo potser reivindico el no ser res de profit. **Potser sóc pallassa per no ser cap persona de profit sinó aprofitar la vida per mi** (38.56).

Per què MartadeMarte?

Ben bé no ho sé. No tinc molt clar perquè MartadeMarte però em queda molt bé. La gent s'encorda. Es difícil trobar-li el nom a una pallerassa. A vegades se'm escapa la frase "Mi reino no es de este planeta. De qué planeta es? De Marte." Va per aquí (min. 40.47)

Quines disciplines treballes?

Verdaderament el que faig és el que tinc ganes de fer. De que tinc ganes? Tinc ganes de cantar però la meua veu no m'ho permet doncs toco la concertina i toco la concertina i les cançons que a mi m'agrada tocar. He intentat anar a classes i el professor acaba molt enfadat amb mi perquè no toco el que ell vol que toqui. Toco les cançons que a mi verdaderament m'agraden. No perdré el temps tocant cançons que no m'agraden. Els equilibri també m'agraden molt i se m'ha quedat a dintre. El funambulisme és molt maco, sentir com tu pots fer-ho i després del desig de voler-ho fer, ho faig i ja està. Què més... Ballar. A qui no li agrada ballar? Expandir... Per mi ballar és això expandir allò que porto dintre (min 42.52) Tot el que he tingut ganes de fer ha servit de llavor per les coses que he fet després. **Sóc molt curiosa i tinc ganes de fer-ho tot.**

10.5 Pressupost lloguer de material

Per poder fer els pressupostos de la producció de la primera temporada de *Vides de calidoscopi BCN* he contactat amb l'empresa OVIDE per saber quan em costaria llogar material de rodatge per quaranta dies.



OFERTA 114091

TANIT POPULANA

-
tanitpouplana@hotmail.com

REFERENCIA: 40 Días

FECHA: 14/05/2015

		Fecha de entrega:	01/06/2015	Hora de entrega:	10:00
		Fecha de devolución:	10/07/2015	Hora de devolución:	10:00
CANT	DESCRIPCIÓN				
1	Cámara Canon EOS 5D Mark III (cuerpo)				
2	Batería Canon LP-E6 (para Canon EOS 5D y 7D)				
1	Cargador baterías Canon LC-E6E				
2	Tarjeta CF Sandisk 32GB Extreme UDMA 400x 60MB/s				
1	Lector tarjetas Lexar UDMA CF y SD USB 3.0				
1	Adaptador audio Beachtek DXA-SLR				
1	Trípode Sachtler DV-8				
1	Micrófono Sennheiser MKH-416				
1	Pértiga micrófono K-Tek 0.7-2.7m				
1	Paraviento zepelín Sennheiser MZW60-1 para MKH 416				
1	Micrófono solapa Sennheiser ME-104 c/Canon				
2	Cable XLR-3/XLR-3 10m				
1	Grabador audio Zoom H4N				

Conforme el cliente:
(Firma y sello)

Subtotal	2.934,40 €
Cobertura de Riesgo 6 % (FRANQUICIA DE 600€ POR INCIDENTE Y EQUIPO)	176,06 €
TOTAL ALQUILER (IVA 21% NO INCLUIDO)	3.110,46 €
Via de pago:	
Plazo:	Tarjeta Crédito

Esta oferta es válida durante 30 días y NO implica reserva alguna.

Barcelona
Madrid

A Coruña
Bilbao

Sevilla

T 900 90 07 17
F 902 15 15 28

www.ovide.com
ovide@ovide.com

Tanit de Pouplana Xarrié
Barcelona, 31 maig 2015